

DOCUMENT RESUME

ED 382 350

PS 023 185

AUTHOR Theilheimer, Ish, Ed.; Eisner, Kathy, Ed.
 TITLE What's on? You, Your Family and the Tube = Qu'y a-t-il au programme? Vous, votre famille et la tele.
 INSTITUTION Vanier Inst. of the Family, Ottawa (Ontario).
 REPORT NO ISSN-0049-4429
 PUB DATE Mar 95
 NOTE 33p.
 AVAILABLE FROM Vanier Institute of the Family, 120 Holland Avenue, Suite 300, Ottawa K1Y 0X6, Ontario, Canada (Individual member, \$30; Organizational member, \$65; Associate member, \$20; or free to those who find the fee a financial burden; prices in Canadian dollars).
 PUB TYPE Collected Works - Serials (022) -- Viewpoints (Opinion/Position Papers, Essays, etc.) (120) -- Multilingual/Bilingual Materials (171)
 LANGUAGE English; French
 JOURNAL CIT Transition; v25 n1 Mar 1995
 EDRS PRICE MF01 Plus Postage. PC Not Available from EDRS.
 DESCRIPTORS Children; Commercial Television; Eskimos; *Family Life; Foreign Countries; *Mass Media Effects; Mass Media Role; Multimedia Materials; *Programming (Broadcast); Sex Bias; Sex Stereotypes; Social Change; *Television Research; *Television Viewing; Violence
 IDENTIFIERS Canada; Canadian Radio Television Commission

ABSTRACT

This issue of the Canadian journal "Transition," in French and English language versions, examines the impact of television viewing and programming on family life. Major articles in this issue are: (1) "Virtual Unreality: Television, Families and Communities in the Nineties" (Alan Mirabelli), describes the isolating influence of television and how it has become the main socializer of children; (2) "IBC: 'Culture in the Making' in the North" describes the highly successful cultural programming of the Inuit Broadcasting Corporation (IBC) aimed at an audience reaching from the Yukon to Labrador to the high Arctic; (3) "For Communication in the Public Interest," an interview with the chair of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission; (4) "We Are What We Watch: Challenging Sexism and Violence in the Media" (Meg Hogarth) on television's stereotypical images of men and women and the violence in programming aimed at children; and (5) "Interactive Multimedia: Edu-tainment Is the Name of the Game" on interactive computer software. Also included in the journal are summaries of the research on the impact of television. (HTH)

 * Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
 * from the original document. *

TRANSITION

– for families
– about families

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION
CENTER (ERIC)

X This document has been reproduced as
received from the person or organization
originating it.

Minor changes have been made to
improve reproduction quality.

Points of view or opinions stated in this
document do not necessarily represent
official OERI position or policy.

What's on? You, your family and the tube



VIRTUAL UNREALITY

*Television, families and
communities in the
nineties*

COMMUNICATION IN THE PUBLIC INTEREST

*An interview with CRTC
Chair Keith Spicer*

WE ARE WHAT WE WATCH:

*Challenging sexism and
violence in the media*

PERMISSION TO REPRODUCE THIS MATERIAL
IN OTHER THAN PAPER COPY HAS BEEN
GRANTED BY

A. Mirabelli

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES
INFORMATION CENTER (ERIC)

March 1995

BEST COPY AVAILABLE

2

Vanier Institute of the Family

PS 023185

Debra Clarke

What's on?

You, your family and the tube

In 1992 a thirteen-year-old girl named Virginie Larivière submitted a petition to the House of Commons calling for a legislated ban on all television violence. In the end, Ms. Larivière collected over 1.3 million names on her petition and set off a debate on violence in television that reached every segment of the population from parents and children, to teachers, health professionals, industry people, regulators and law-makers.

In this issue we will report on that debate and its results. We will also look at what is happening elsewhere in the wide world of screen-based entertainment.

Alan Mirabelli, VIF Director of Communications, gives us an overview of the place of television in today's families as he looks at changes in families, communities and the way we use television. We talk with Keith Spicer, the chair of the CRTC about violence in television and the role of television in Canadian life. Meg Hogarth of MediaWatch explores the politics of gender portrayal and violence on television. Along the way we look at the wide array of screen-based technologies available today and the various ways Canadians are trying to understand, control and enjoy them.

In addition to the contributors mentioned above, we would like to acknowledge the help of Anne Taylor of the Media Action Network of the National Film Board and Tom Perlmutter of the Alliance for Children and Television (ACT).

— Kathy Eisner, editor

NETWORKS

May 3-5: "Helping & Healing: Responding to Sexual Violence," Lethbridge, Alberta, coordinated by The Interagency Committee on Sexual Assault and Sexual Abuse in conjunction with The Rural Outreach Committee, Southern Alberta Sexual Assault Centre. Info: S. A. Sexual Assault Centre, c/o Lethbridge Family Services, 1107-2A Avenue North, Lethbridge, AB, T1H 0E6, (403) 327-6570, fax: (403) 329-4924.

May 17-20: "Gender Issues in Family Law: A Generation of Concerns," Association of Family Conciliation Courts Annual Conference, Montreal. Presented in cooperation with l'Association de Médiation Familiale du Québec, simultaneous translation will be provided for selected sessions. Info: AFCC, 329 W. Wilson St., Madison, WI, 53703, (608) 251-4001, fax: (608) 251-2231.

June 25-28: "Remaking Canadian Social Policy: Staking Claims and Forging Change," the 7th national conference on social welfare policy, Vancouver. Info: Michael Goldberg, Social Planning and Research Council of B.C. (SPARC), #106-2182 West 12th Ave., Vancouver, BC, V6K 2N4, (604) 736-8118, fax: (604) 736-8697.

Note: Transition often receives conference announcements too late for publication. Notices must be received no later than two months prior to the month of publication.

AIR CANADA



Air Canada is the official carrier of the Vanier Institute of the Family

VIF Annual Meeting to spring forward

At The Vanier Institute of the Family Annual Meeting in Banff last October, the Board of Directors decided to change the date of the annual event so that it will more closely follow the fiscal year end. Starting in 1995, the Annual Meeting will be held in May each year.

Transition will try to keep up by moving our reporting schedule up as well. The annual review for 1994-1995 will be published in June this year instead of our usual September.

Media Awareness Network one-stop shopping for information on media issues

As a component of Canadian Heritage's media violence strategy, the National Film Board of Canada (NFB) is establishing an on-line information service for Canadians concerned about the influences of media entertainment on the attitudes and expectations of children and young people.

The Media Awareness Network aims to increase public awareness, support media education in the schools and promote good quality children's entertainment. It will provide Canadians with information and a forum for continuing dialogue and debate on the important media issues of the 90s.

With funding from the federal depart-

In our next issue

Family-centred health care

Tight government budgets are putting Canada's health care system under scrutiny. There is an increased emphasis on prevention, but sometimes families, perhaps our greatest agents of health promotion, are ignored. How do families contribute to the health of their members? What hinders them in their health promotion work? How can the formal health system work with families to promote health? Join us in June for a look at the role of families in health care and health promotion.

ments of Justice and Canadian Heritage, the Media Awareness Network has set up offices at the NFB in Ottawa. For further information contact Anne Taylor, Director, The Media Awareness Network, (613) 992-5380, fax: (613) 947-2537.



The Vanier Institute of the Family appreciates Bell Canada's support of *Transition*.

TRANSITION

MARCH 1995 Vol. 25, No. 1

Judy Sapp
President

Jerome Berthelette
Chairperson, Executive Committee

Alan Mirabelli
Director of Communications

Ish Theilheimer, Kathy Eisner
Editors

Lucie Legault
Distribution Clerk

Transition is published quarterly for distribution to members of The Vanier Institute of the Family. Membership fees are: Individual: \$30, Organizational: \$65, Associate: \$20, or free to those who find the fee a financial burden.

Transition is published by The Vanier Institute of the Family, 120 Holland Ave., Suite 300, Ottawa, Ontario K1Y 0X6. Telephone (613) 722-4007, Fax: 729-5249 (Publications Mail Registration No. 2432) Editorial contributions and comments on any issue raised in *Transition* are welcome but text is subject to editing.

The contents of *Transition* may be reprinted or used on radio or television without permission. However, a credit is requested. If in print, please forward a copy to VIF.

Transition was founded in 1970
ISSN 0049-4429

Please report change of address as soon as possible
Please include your old *Transition* address label

FAMILY MATTERS

Active learning on families

Teachers have a new tool for exploring family life with students of all ages. *Tell me about your family: a learning and study guide*, was distributed to every elementary and secondary school in Canada this school year. The 116-page book includes step-by-step guides to over 60 activities for students K-12, complete with reproducible reference and activity pages. It also includes activity and discussion suggestions for groups of adults.

Topics range from family structure in changing times and family love to the downside of families and family economics. There is also a section on the United Nations in honour of the International Year of the Family, celebrated throughout the year of 1994.

Produced in collaboration with The Vanier Institute of the Family by the Canada Committee for the International Year of the Family 1994 (CCIFYF), the guide features fact sheets and background pages taken from *Profiling Canada's Families*, and other VIF publications. Other collaborators on the project were the Centrale de l'enseignement du Québec, the Bureau Québécois de l'Année internationale de la famille and the United Nations Association in Canada.

Copies are available through the marketing division of CCIFYF, 1-800-567-0030.

Incomes down, poverty up

It is no surprise to most Canadians that incomes continue to decline in terms of real dollars. Statistics Canada's latest report on income distribution in Canada shows that inflation-adjusted family income continued its decline for the fourth straight year in

Longest and deepest decline in the last four decades

1993. The estimated average family income was \$53,459 — down 2.2% from 1992. This brings the total decline since the 1989 peak to 6.7% or \$3,822 in 1993 dollars.

This decline in income represents the

longest and deepest decline in the last four decades. Although employment grew in 1993, the increase was entirely in low-wage service industries. Most of the new employment was part-time work. Employment in higher-wage goods-producing industries declined.

As incomes declined, the number of poor people in Canada rose. The proportion of persons below Statistics Canada's low income cut-offs was estimated at 17.9% in 1993, up from 16.8% in 1992 and 14% in 1989.

The poverty rate for children was higher yet. At 21.3% it exceeded the previous high of 20.6% reached in 1984. Since 1984, the rate had declined to 14.8% in 1989. There are almost half a million more children living in poor families now than there were in 1989. This is an increase of more than 51%.

Study looks at intercountry adoption

A recent study concluded that intercountry adoptees appear to be functioning as least as well as the general population. Though the study admitted a probable bias toward better-functioning families, the results may be significant to individuals considering out-of-country adoptions, and to policy makers.

The study was funded by National Welfare Grants Division, Human Resources and Development Canada. It was based on comprehensive interviews with members of 126 adoptive families in British Columbia, Ontario and Quebec by researchers Anne Westhues of Wilfrid Laurier University (519-884-1970) and Joyce Cohen of the University of Toronto (416-978-3267).

Some key findings were:

- Intercountry adoptees reported a strong sense of belonging within the family; up to 94.7% responded in ways that indicated a sense of belonging.
- Self-esteem of intercountry adoptees was higher than in the general population (55.7% of adoptees compared to 45% of the general population scored high).
- A large majority of adoptees felt comfortable or very comfortable with their ethnic and racial backgrounds.
- Over 80% of the adoptees, however, reported that they had had "nasty or unpleasant experiences because of their racial or ethnic background."

New book sounds a warning

If Canada is to survive as a national community, Canadians must reaffirm their commitment to a sustainable society that acknowledges our obligations to each other and to the next generation. This warning is a central theme in *The Missing Child in Liberal Theory* by John O'Neill (1994, University of Toronto Press).

The book was commissioned by the Laidlaw Foundation as a part of their Children at Risk Programme. The Foundation has committed a significant portion of its resources to the development of new perspectives and strategies to improve the well-being of children and families in Canada. Toward this end, Dr. O'Neill was asked to review current public discourse on the life chances of children.

O'Neill looks at the state of Canadian families and children in light of the changing global economics. He notes that Canadians understand that there is a relationship between social health and economic vitality — that they cannot be healthy in a society blighted by unemployment, poverty, crime and prejudice. He urges Canadians to create and sustain a society that supports and nurtures the life chances and well-being of all children.

Coalition unites citizen action groups against TV violence

The Coalition for Responsible Television was formed in 1994 to scrutinize the television industry's behaviour as it relates to violence and the well-being of children. The coalition includes large organizations such as the United Church of Canada and national teachers' organizations as well as smaller groups and individuals. This broad-based group of people and organizations:

- monitors the existing TV violence guidelines and advocates for improvements;
- works to ensure that cable and specialty television develop violence guidelines;
- monitors technological changes in TV which may put children at risk; and
- monitors the complaints process to see that Canadians are being heard.

They have recently opened a telephone service to assist people in making complaints (see page 11). For information contact Patricia Herdman, P.O. Box 24040, Bullfrog Mall, Guelph, ON, N1E 6V8, (519) 787-2687. ☐

During the course of the International Year of the Family, Alan Mirabelli, Director of Communications for The Vanier Institute of the Family, spoke with parents and community groups all across Canada. Following are excerpts of what he told them about families, communities and television.

Virtual unreality: Television, families and communities in the nineties

**We have
chosen to use
television to
put off the
messy part of
human life
which is
interaction.**

When television was introduced in the 1950s, it was very quickly accepted as a new guest in the home. In Canada, the US, and across Europe, adults and children soon began watching three hours of television a day. Forty years later, this hasn't changed. We continue to watch television three hours a day, seven days a week, though some of that time is now devoted to videos and video games. Our use of television has changed in significant ways, however, as our families and communities have changed.

A guest in the home

We saw television originally as being a way to experience things that we couldn't normally encounter. We watched the drama of the Kennedy shooting and men landing on the moon. Similarly, cultural events were brought into our homes. We saw television as being enriching.

It also was something that families did together. The television, with few channels available, was in the family room. Watching a particular program on a Sunday evening was a special event that was negotiated among family members.

Today we rarely use the medium to stimulate discussion. Instead, we tend to isolate ourselves. There is a television set up in the bedroom. There is another one in the kitchen. Everyone has a choice and programming is targeted to various groups. Teenagers watch programs that are appropriate to teenagers and elderly people watch programs that are more suited to their taste. When family members get together, they can no longer discuss common experience based on what comes in through the television set.

Hang on, I'm busy

Something else goes on in families in terms of how they use television and how it affects family time. The



*Alan
Mirabelli*

medium of television works in real time. If you are interrupted, you'll miss it. It differs from reading in this way. So if your child comes to you and says "I want to tell you about something that happened today," you might say, "Shh, hang on a minute, I'm watching the news." This also happens between spouses or other family members.

In the old days you might go down the street to the café or the local theatre when you were feeling ignored. If you were absent from the household several evenings in a week, the person who stayed home began to realize that there was a problem because the physical separation — the aloneness — spoke volumes.

Today we distance ourselves with the medium. Sitting on the opposite ends of a couch watching television, we can satisfy ourselves that we're together. The whole process of human engagement, however, may be subservient to the fact that we have chosen to watch three hours of uninterruptable television a night.

This is not the fault of the medium but of the way we,

as human beings, have chosen to use it to put off the messy part of human life which is interaction.

Socializing children through the tube

Interaction is central to the socialization of children. Because changes in our family and community lives have dramatically diminished the diversity of experiences and interactions available to children, television has become the main socializer of our children by default.

One reason for this is the time crunch that most families experience. With most parents away at work during the day, we tend to live our family lives between the hours of 5:30 and 7:30, when we start putting children to bed. Most adult family members spend 40 to 50 hours a week at work, 56 hours sleeping and 30 hours doing housework and personal care. Add to that the 21 hours a week that the average person spends watching television and there is little time left for community and family activities. Between school, homework and sleeping, children have little more time than adults. And they spend the same 21 hours watching television.

This means that all kinds of family and community activities get compressed. The socialization of children that occurs from engaging in other activities diminishes as the time available diminishes.

When children do engage in alternative activities, it is rarely in diverse groups and situations. More and more Canadians have sought the refuge of a suburban community where the neighborhood is filled with people of similar economic and educational backgrounds and similar occupational interests.

Children are further isolated when they are organized by age, gender and interest in school and other organized activities. The peer group becomes the prime influence in their lives. Community and family have a very limited role in the socialization of children.

Unlike many cultures in which children are included in mainstream community life, in North America, we privatize children. If people intervene in the upbringing of our children we tend to tell them to mind their own business. And we avoid intervening with others for fear of the reaction of the child or parent.

If children are not participants in the community and don't encounter or interact with different kinds of people, how do they find out what others' lives are like? How do they know what it is like to be a young parent with an infant? How can they understand how it feels to be frail and to have to ask others for help? How do they determine what their behaviour ought to be down the road when they may find themselves in those situations?

Children will pick up cues from somewhere. Nowadays, those cues are likely to come from the television set — by default — because that is where children spend the vast majority of their free time. And that is also the only place where they will encounter diversity. Television learning is limited, however. It develops familiarity with many things, but real understanding grows out of lived experience and reflection on the meaning of those experiences.

Debra Clarke



Virtual experience vs lived experience

It is our withdrawal from the living community that gives television its power because children decide what is real and what is not based on the experience they bring to the television set. If they have lived experience, for instance of conflict between parents, they are likely to know that people feel frustrated now and then, that there are limits to the expression of that frustration, and that love and affection usually follows the resolution of a conflict.

If children have parents who never argue in front of them, they may still encounter conflict in daily life on the street, in the grocery store, or in the community. They can thereby learn that there are alternative ways to resolve conflicts and that there are limits to expressing anger.

Children without this lived experience may take their cues from "action programming" on television. On television, physical violence is the predominant mode of conflict resolution. In the absence of "real life" experience, children are bound to be unduly influenced by such models of behaviour.

Children with more diversified experience, on the other hand, can recognize that certain television programs belong in the realm of fantasy and that in real life they cannot behave in the same ways.

Locking the doors

Our withdrawal from the community and our use of the media also influence our perceptions of the world around us. After a long harried day, we are quite prepared to come into our castle, close the door, lock it, put the three chains across it and then turn on the television set in order to perceive what is going on in the world outside.

Something happens when you do this. You may

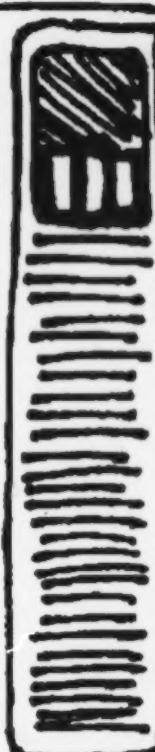
Television has become the main socializer of our children by default.

Kids and TV — the research

Almost as long as there has been television, there has been a debate about the possible negative effects of television viewing — especially on young viewers of violent programming. The debate continues. While some researchers argue that direct causal links can not be proved, *The Effects of Media Violence on Children* (1993, National Clearinghouse on Family Violence, Health Canada) cites various studies that suggest that:

- there is a correlation between exposure to television violence and aggressive behavior, both verbal and physical;
- children who watch a great deal of violent television will tolerate more aggressive behaviour in other children before calling an adult in for help;
- people who watch a lot of television tend to be more fearful;
- children between the ages of 6 and 10 may be particularly sensitive to the effects of television;
- children behave more aggressively when provided with toys that appear in scenes of televised violence;
- children, by the age of three, will imitate a televised model to the same extent as a live model;
- television may desensitize viewers to violence;
- adults can have a significant effect on what children learn from TV.

The CRTC and the Standing Committee on Communications and Culture say that while research findings are not conclusive, the evidence that television contributes to societal violence is strong enough to merit action to reduce television violence, especially in programs directed at children.



obtain information about your community through the television, but you cannot really "know" it without being out there.

The issue becomes vital when we look at the violence depicted on television. The television newscast tends to highlight the more violent situations that develop in a community. This violence may represent a very small part of the total life of a community. But if you sit at home and watch three hours of newscasts and dramatized violence every evening, you begin to perceive the world as far more violent than it is. It doesn't matter whether it is based in Detroit, Chicago, Montreal, or Toronto — it feeds the perception that the society or community in which you live is far more violent than it is in reality.

This can lead to a greater sense of insecurity and fear, particularly if you are a part of one of the groups often represented as victims. Canadian seniors, for example, may feel a need to take many unnecessary precautions to protect themselves.

Our perception that the community is a violent place leads to even less participation in the community. We lock ourselves away and watch the local newscast night after night. The newscast confirms the feeling that the streets are unsafe. So we become even more insular instead of realizing that we are vulnerable because we're not public — because we don't know each other and don't care to know each other.

A child is vulnerable when there is no one else on the

street who knows who the child is, where the child belongs and who all the neighbors are. If a stranger approaches a child in an actively involved community, everyone knows that he is a stranger who doesn't belong in that neighbourhood and the child is protected.

Television — here to stay

Television may be part of a cycle of individual and family isolation, but the medium itself cannot be blamed. What we see on television — the content — is only one part of the problem. Of greater importance is the way we tend to use television in our daily lives to confirm our isolation and avoid interaction. This kind of usage of the medium may leave some of us without adequate experience in the real world to interpret and assess what we see on television.

The choices about how we use television and how much we use it remain ours. As individuals, we can decide to exercise those choices thoughtfully, both for ourselves and our children. We can lead our children to alternative activities.

As a society, we can acknowledge the influence of television in the socialization of our children and take steps to ensure that we produce programming worthy of them. 

It is our withdrawal from the living community that gives television its power.

IBC: "Culture in the making" in the North

When the Inuit Broadcasting Corporation (IBC) is on the air most everyone from Inuit communities in the North tunes in. Produced in five locations across the North, IBC reaches out by satellite in the Inuktitut language from the Yukon to Labrador to the high Arctic.

It's more than just the language that makes people tune in according to Peter Shamou Tapatai of IBC. "It's programming they can relate to. We tell the stories and legends of our people. We teach survival."

They do this in their cultural programming by creating a comfortable setting for elders to come and speak. The setting is often an igloo where elders eat frozen caribou meat as they talk together. "Through the stories of the elders we learn the importance of what we bring when we go out to the land; we learn what we need to know to survive on the land," Tapatai says that the Inuit language and culture have to be protected. "With every elder that passes away we lose our history."

The IBC also teaches survival by tackling tough current issues. They have produced special programs



Inuit Broadcasting Corporation

on such issues as substance abuse, spousal assault, teen suicide and AIDS.

IBC only broadcasts about five hours of programming a week. Most of the programs include ten to fifteen minute segments from each of IBC's production centres — Baker Lake, Rankin Inlet, Iqaluit, Igloolik and Taloyoak. In addition to the specials and the storytelling, there is music and drumming, current affairs programming, a weekly live phone-in show and children's programming. In one popular children's program, Peter Shamou Tapatai becomes "Super Shamou," a hero that Inuit children can relate to and emulate.

"Inuit always like to be entertained," says producer Barney Annaowt Pattunguyak about IBC's popularity. "We produce anything that makes people laugh. It's not really culture from the past — it is culture in the making."

He says that they don't have to depend on Neilson for their ratings. They just tune in on the CB radio to hear what their neighbours across the North thought about that evening's show. And people do talk about it. "IBC paves the way," says Pattunguyak, "it gets people talking about issues." And it gives people across the North new experience in common. In this way, claims Pattunguyak, "It reunites people from different places and different tribes."

Southerners can contact IBC at their office in Ottawa: (613) 235-1892, fax: (613) 230-8824. ☐



A spin-off comic book fights glue-sniffing.

For Communication in the public interest:

an interview with CRTC Chair Keith Spicer

Keith Spicer has been the chair of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) since 1989. During that time the CRTC, the national regulator for telecommunications, television, radio and cable TV, has mounted a far-reaching campaign to reduce violence on television. Keith Spicer is deeply committed to that campaign. He recently found time to speak with Transition editor Kathy Eisner about his views on the role of television in Canadian life. Following are excerpts from their conversation.

The CRTC is dedicated to "communication in the public interest." What is the public interest as far as television goes?

Ultimately it is what the public wants it to be. Parliament has asked us to apply standards of high quality, diversity and "Canadianness" to the Canadian broadcasting system. We try to steer funding toward new programming and try to cheerlead the broadcasting industry into doing more high-quality diverse Canadian programming. But in the end the public taste and values will impose themselves on the market.

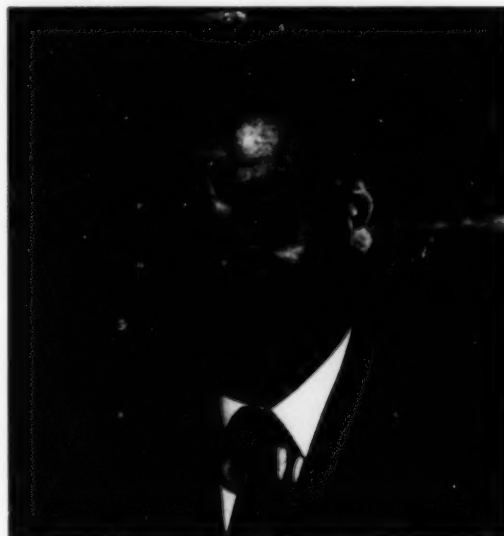
What we can do is lay down ground rules that reinforce the Canadian values of tolerance and solidarity, respect for freedom of the individual, respect for diversity. And then hope that from all of this delightful chaos will come an interesting broadcasting system. And I think, broadly speaking, it has.

The old computer slogan "garbage in and garbage out" obviously applies to television as to any medium, including reading — what you put in your brain is what your brain is likely to reproduce or develop. So the ultimate protection of quality and diversity and "Canadianness" is a very alert and sensitive and aware public opinion.

I spend quite a bit of my time talking about standards — not saying what the standards should be in this or that program but asking people, particularly in the creative and production and advertising communities to think about standards. I encourage writers to ask themselves "is this really why I went to film school" and actors to ask, "is this really why I went to actor's school — to play a role like this?"

You have campaigned vigorously against gratuitous and glamorized violence on television. What motivates you?

Glamorized violence on television is not primarily a "free speech" issue; it is profoundly a child protection issue.



Keith Spicer

I believe that the single most important thing that society can do is raise kids well. Nothing else matters as much as that. And I'm concerned at the rising amount of violence in society.

What got me going...what really forced me to think about it head on, was the horrific massacre of the 14 women in Montreal. The next morning and the following days, I looked for a way that the CRTC and I could do our small bit. We wanted to see whether there was anything in our corner of the world that could be improved and might make that kind of horror less likely in the future.

Of all the factors that are correlated in the increase of violence in our society, television may well be no more than 15 or 20% of it but it's a very important and perhaps decisive factor.

So, we agreed, at the CRTC, that we would try to do everything we could short of regulation. We have had two and a half years of very patient — sometimes frustrating — negotiating; cajoling and persuading of the television industry here and in Hollywood to limit the excesses of gratuitous glamorized violence directed at children.

This violence is principally designed to sell toys and to make money for the networks. There's a balance needed. A licence is a licence to make money, but certain social responsibilities go with it.

Fortunately, I can pay very high tribute to the Canadian private broadcasters for showing the imagination and integrity to put kids on an equal footing with profits, or darn close to it.

The debate on the medically harmful effects of TV violence has now created a much more alert public and a much more alert industry. This has led to the private industry creating the Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), a very reputable independent agency which has shown its integrity and courage in some recent decisions.

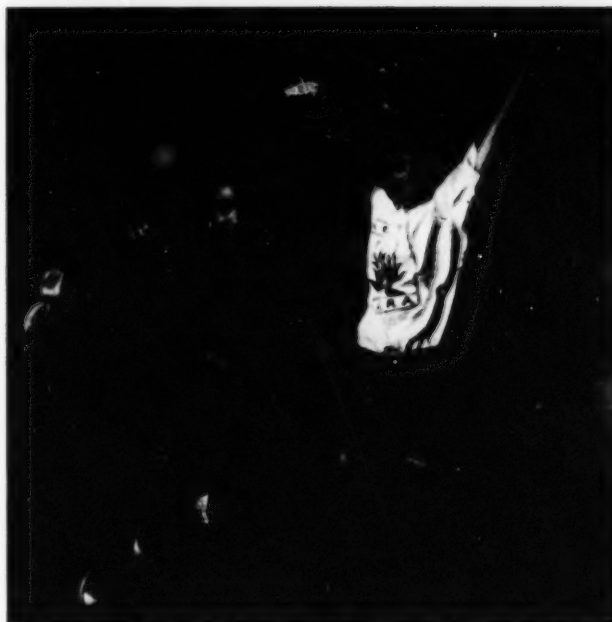
We were helped by the wonderful campaign of Virginie Larivière, the 13-year-old girl who got the million and a half signatures on her petition to ban violence on television. If she had not come forward, we could not have made half of the progress we have. It's still a fragile process. The issue is infinitely complex, but I do believe we have achieved a momentum. What convinces me of this is the recognition we're getting from around the world. People are looking at the Canadian example as a possible model for other countries — France, the United States, Sweden, and Australia, for example.

Isn't this a free speech issue?

No, glamorized violence on television is not primarily a "free speech" issue; it is profoundly a child protection issue. All elements of the TV industry, as well as parents, educators and researchers, are beginning to see TV violence in this light.

Television is the mirror and echo-chamber of all the types of violence in our society. It brings violence literally home to our children in the most intimate, intrusive way. All of us know of the thousands of murders kids see on TV.

We really only have two choices: throw up our hands and let the violence continue to batter our children's minds and hearts, or try, with a little humility, to



Ready or Not (Insight Production Company) was among the 1994 winners of the Alliance for Children and Television (ACT) awards for "excellence in Canadian children's programming."

understand the enormous complexity of the TV violence problem, and work together to better protect our kids while also protecting our cherished artistic and intellectual freedoms.

Whose problem is this? Where do you draw the line between public responsibility and personal or family responsibility? How do the lines of responsibility break down and what can we do as a society to ensure that all the different players play their role in protecting our children?

"Television Violence: Fraying Our Social Fabric"

In June of 1993, the Standing Committee on Communications and Culture released its report on the relationship between television violence and societal violence.

The Committee concluded that:

- Television violence is one of the many risk factors which may contribute to aggressive tendencies and antisocial behaviour.
- The violence portrayed on television reflects and shapes unhealthy social attitudes.
- The exact extent of its effects and the precise nature of the causal relationship between the violence viewed on television and the violence perpetrated in Canadians' daily lives are not clear and need further study.

They also found that:

- American television programs tend to be violent (eight acts of violence per hour during prime time on the three major American television networks).
- Overall, Canadians watch a large number of American television programs (73% and 37% of the time for anglophone and francophone Canadians respectively).
- Children and teenagers watch relatively more American television programs than adults (75% and 83% of the time for English speaking children and teenagers respectively; 46% and 48% for French speaking children and teenagers respectively).



Pachu et Les Chats (Les Productions Prisma), a 1994 ACT Award of Excellence winner.

The regulator, the broadcaster, parents and teachers all have responsibility here. This morning, I told a classroom of 11-year-old kids that they also have a responsibility. What we need is a more television-literate public of all ages which can discern between good and bad values, good and bad quality programs.

The regulator has to do what it can to provoke debate, discussion and responsible restraint on the part of the industry. We're also encouraging parents and teachers and medical people to find ways that they can do something about this. And we're telling the kids that they should study television — watch good television and reject the harmful stuff as junk food for the mind.

With my own kids, I sinned like most parents of the time. I used the TV far too much as a baby-sitter. We've all done it. But with intense discussion about this — similar to the kind of national dialogue we've had on pollution and drunk driving — I think you'll find significant results in 5 or 10 years, maybe sooner.

Already I see parents' groups demanding more control over what goes on the air. They are saying, "We're not putting up with it anymore. If you're going to damage our children, we're going to do whatever is necessary to stop this stuff from coming into our homes."

Eventually, commercial considerations will be a powerful part of making a change. Consumers can exert considerable pressure. Parental control devices such as the famous v-chip will also help but that's three to five years from now.

What do you see as the role of television in society?

To entertain, enlighten and inform. You can use television as a marvelous instrument of civilization or as a corrosive addiction that can stunt the mind and numb the senses and emotions. It depends on how you use it. It has a wonderful



KIDZONE (Open Learning Agency), a 1994 ACT Award winner.

potential for education, improving society, teaching tolerance, good social messages, enhancing freedom — all the values that underpin our society.

Do we use it for that? Not many people would say that we do a great job as a society in North America or the world in using television as an instrument of civilization. It's a way to make a buck — in the United States for sure — and they have an influence on broadcasters around the world. I think we're lucky to have a lot of private broadcasters here who have a good Canadian social conscience in addition to a healthy

The V-Chip: coming soon to screens near you

A new technology promises parents control over video sex, violence and language

The debates between free speech and child protection may soon be over. A techno-solution is on the way. The V-chip or viewer-control system will allow parents to exercise their own judgment in determining the type of programming their children can watch.

The viewer-control system developed by Prof. Tim Collings of Simon Fraser University in British Columbia is currently being tested in Edmonton. With this system, parents will be able to program their televisions to block out programs or videos based on the amount of sexual, violent or foul-language content they contain.

There are already some blocking systems on the market. Channel lockouts, for example, are a feature of some satellite receivers. These allow the operator to block channels or specific broadcasts from being viewed. The V-chip system will offer more automatic, precise and adaptable control. Broadcasts will be blocked on a program-by-program or even scene-by-scene basis.

The idea is that all video material — games, broadcast programming and videotapes — will be rated according to a three-part scale — sex, violence and language. Those ratings will be embedded in the video signal.

Receivers (converters, VCRs and televisions) equipped with the v-chip will be able to read the ratings. If they exceed the owner's pre-set threshold levels, the set will go blank or show a message that the incoming material is inappropriate.

The v-chip may prove to be a revolutionary new technology but its commercial use is still a few years off. An appropriate rating scale must be developed and the industry must agree to use it.

profit sense. That's what we need — a balance between the two.
You have some optimism?

Yes, I would call myself a lucid idealist. If you want to have a purposeful life, you have to have some ideals, but if you want to become more than just an ideologue or professor you should organize yourself to make some of these ideals work.

That is what we are trying, in a delicate and respectful way, to do with the regulatory system of broadcasting. We're not trying to ride roughshod over freedom of speech, creative freedom or people's right to choose. On the contrary, we are absolutely reverent about those things.

We believe that Canadians want us to recognize Canadian values such as tolerance, respect for children, and respect for each other, and try to help these permeate the broadcasting system. In the end though, it takes tens of thousands of people to make the commercial decisions about what products to buy, what commercials get shown, and what shows get on the air.

We, at the CRTC, are basically just the referees in a football game. We're not the players, we're not the fans. But I'm very pleased and surprised to see the potential for doing a few good things. 

The CAB Code on Violence

After years of discussion and negotiation, the Canadian Association of Broadcasters adopted and published a voluntary code on violence in television programming in 1993. The CRTC will make compliance to the code a condition of licence for all privately-owned TV stations when their licences are renewed.

In the code, Canadian broadcasters agree that they "shall not air programming which contains gratuitous violence in any form; sanctions, promotes or glamorizes violence."

Highlights of the code in regard to children's programming include:

- In children's programming portrayed by real-life characters, violence shall only be portrayed when it is essential to the development of character and plot.
- Animated programming for children ... shall not have violence as its central theme....
- Programming for children shall deal carefully with themes which could invite children to imitate acts which they see on screen....
- Programming for children shall not contain realistic scenes of violence which create the impression that violence is the preferred way, or the only method to resolve conflict between individuals or which minimize or gloss over the effects of violent acts....

The violence code and the industry codes on sex-role portrayal and ethics are administered by the Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), an independent body established by CAB in 1990. The first decision based on the new violence code was made by the CBSC in 1994 when it found that airing the children's program *Mighty Morphin Power Rangers* contravened the code.

All quiet in the Complaints Department

Although more than 1.3 million Canadians signed 13-year-old Virginie Larivière's 1992 petition to ban all television violence, few complaints about television violence have been received by regulatory institutions.

The Canadian Broadcast Standards Council (CBSC) received only 10 complaints about television violence in 1991-1992. The Council is an independent self-regulatory council established by the private broadcasting industry. It handles viewer and listener complaints about private sector radio and television programming.

Two complaints in 1994 led to a review of the children's program *Mighty Morphin Power Rangers* by the Ontario Regional Council of CBSC. Ultimately, they ruled that the program contravened most of the elements of the CAB code on violence. It was subsequently taken off the air by some Canadian broadcasters. The CRTC received only 40 complaints about violence in 1991-1992.

Complaints to either of these bodies should deal with specific programs and include the time and date of broadcast and the station call letters. Complaints about gender portrayal or violence on television can be made in writing to:

CRTC Broadcast Coordination, Ottawa, K1A 0N2 or;
CBSC, P.O. Box 3265, Stn. D, Ottawa, K1P 6H8.

Complaints about violence can also be phoned in to 1-900-451-3664, a line operated by the Coalition for Responsible Television. There is a three-dollar telephone charge for each call. The Coalition transcribes the complaints and sends them on to the CBSC.

We are what we watch: Challenging sexism and violence in the media

By Meg Hogarth

With 99% of Canadian families owning at least one colour television, the television has become our window on the world. A random viewing of commercial television presents a rather warped view of the world and our society, however. It presents a world that is sometimes violent (cop shows, action dramas, news), sometimes silly (sit-coms, game shows, soaps), and sometimes educational (nature, arts), but one does not get a true picture of our society from the television screen.

Commercial television suggests that the women in this society are almost always young, white, large breasted and mainly preoccupied with how they look and what they wear. They are dependent on men for approval and protection; they are largely seen as caregivers and nurturers, rarely as initiators and leaders. And they tend to be the helpless victims of violence which is often sexual in nature.

Men, on the other hand, are rarely vulnerable and seldom show their feelings. They are in control. They seem to be preoccupied with fast cars, beer-drinking with buddies, and using weapons — frequently winning through their use of violence. They do, however, come in a much wider variety of ages, colours and shapes. And they are most often the "voice of authority" — either in selling products, or in news and information

programming which reinforces their position as the knowledgeable boss.

Lessons from children's TV

These stereotypes permeate children's programming and commercials as well. Girls are shown as passive, preoccupied with their appearance, and playing with dolls rather than the computers or video games that the boys are shown with. On the other hand, boys are active, frequently aggressive, care mostly about sports and "war" games and have only male friends.

Seen from a very early age, these stereotypical images teach boys that to be caring is unmasculine, while girls learn that to be female means it is best to be thin, white and very beautiful. It is no wonder that girls as young as seven and eight are dieting and that eating disorders are a serious health problem for young women.

Evidence of the power of the media can be found in the multi-million-dollar spin-off product business. Most of us think of commercials as what interrupts the program, but we need to understand that in much programming, especially for children, the whole program is the commercial. Shows such as *Mighty Morphin Power Rangers* (the first program to be cited as unacceptable under the Canadian Association of Broadcasters code on TV violence) are produced in large part to sell the many products — toys, bed linen, clothes, etc. — with the Power Ranger motif. The movie *Jurassic Park* is another example. The movie was rated Restricted and yet the derivative products were clearly directed at very young consumers. Much of the approximately 43 hours per week of cartoon programming is also thinly disguised continuous commercials.

From birth, infants have an instinctive desire to imitate human behaviour. Research has shown that infants as young as 14 months of age watching television repeat behaviour that they have seen on television. Children as young as two to five years of age are watching about 30 hours of television a week according to the 1990 Neilson Report on Television. This is not in itself a problem, but a 1986 article in *American Psychology* makes it clear that children at this age do not have the cognitive ability to be able to distinguish



Robert Cottingham

reality from fantasy. These young children learn a very limited perspective of what it is to be a male or female in our society.

They also gain a limited perspective on families. Media families rarely show extended families that include grandparents, uncles, aunts or cousins. Solutions to conflicts and problems in TV families are often facile and unrealistic. As well, TV families tend to be of only one stereotypical structure and socio-economic class. This ignores the reality of today's families where 13% are lone-parent families and almost two out of ten Canadian children are living in poverty.

Unrealistic family portrayals lead to unrealistic expectations of family members. Children may feel worried or disappointed if their real-life families don't measure up. Real-life mothers and fathers are already under tremendous pressure in our dual-earner times. They don't need added pressure from television to be a "good mother" or to provide all kinds of material goods.

Women's attitudes toward television

Canadian women are saying that there are also other things that they don't need from television. In a recent research study, *Please Adjust Our Sets — Canadian Women Watching Television*, MediaWatch volunteers surveyed women across Canada on a variety of questions about their viewing habits, preferences and concerns.

Not surprisingly, given the recent public debate about violence in the media, women expressed concern about television violence. Four out of five women believe it contributes to violence in society. Over 35% said that they avoided shows featuring violent themes. They also expressed high levels of concern about violence in both video games and video rentals.

The media's portrayal of women emerged as another area of concern. Almost nine out of ten women think that women are influenced by media portrayals of women — most felt that media images may be partly to blame for eating disorders among women. Three quarters of respondents agreed that television offers too few positive role models for young women. Almost half of the sample were unable, when asked, to cite even one female role model on television.

The majority of women (73%) indicated that they were either occasionally or often offended by sexist portrayals, although few actually write (8%) or

"Children should be reminded that families in their neighbourhoods, and their friends and relatives live ordinary lives in ordinary homes where kitchen floors do get dirty, where mothers do work outside the home, where rooms often are untidy, and meals aren't always perfect or perfectly on time."

— Carmen Luke, *Television and Your Child: A Guide for Concerned Parents*, (Toronto, 1988, Kagan and Woo Publishing)



Sega, Rogers Video

Some of Sega's popular video games.

phone (13%) the image makers or disseminators to complain. However, three in four women said they discuss their objections with friends and more than half say they deliberately avoid buying products advertised in ways they find offensive.

Taking charge

All of us understand the power of the media and to some extent we feel helpless in turning this potentially wonderful tool into a positive force in our lives. It is no longer entirely realistic to think that we can live without any electronic media. Television is in our homes — not just our living rooms, but in our kitchens and, increasingly, in our children's bedrooms. We can limit it. We can try to monitor what our children watch and we can, if we have the time, sit and watch it with them and let them know what we think about what we see.

By the time most children start school they have been exposed to thousands of hours of programming and by the time they leave high school they have probably spent more time in front of a television set than they have spent in a classroom. As well, today's children are able to rent virtually any movie at some video stores. This includes so-called "slasher" movies.

Many children are watching movies at home such as *Silence of the Lambs*, *Nightmare on Elm Street*, or *Cape Fear*, that they could not see in regular movie theatres. These movies, which are used almost as a rite of passage, glamorize violence — much of which is sexual in nature.

Perhaps more damaging still, and earning even more money than all the films and videos produced in the world, are the many video games marketed to young children. Generally played by young males, some of them are among the most violent and sexist material on the market today. Many incorporate very sophisticated technologies, using live actors instead of drawings, where a player can make his "monsters" (male) pursue and threaten scantily-clad terrified young women. Even the best of a bad lot encourage solitary play and have an injurious effect on the health of frequent players. Parents need to be actively involved in the rental or purchase of any of these products and help their children understand why they object to them.

Media literacy education — teaching children how to decode the media is mandatory in some provinces but is usually only offered at the high school level. Moreover,

most curriculum materials that are available do not integrate a gender analysis. Nor is there training for teachers at any level. We need to talk with our educators and administrators about the importance of media literacy education beginning in the primary grades.

It is true that however powerful the media is, most young children are far more influenced by the opinions and values of their parents, other respected caregivers and their teachers. As well as letting our children know our values and opinions, we need to listen to them. Let them tell us, without censure or ridicule, what they like and how it makes them feel.

Beyond our own families we can work in our communities — daycare centres, schools, drop-in or service clubs — for media education and awareness. We can take the time from our busy lives to write the letter or make the phone call to object thoughtfully to demeaning portrayals or violent programming. We can encourage our older children to do the same — showing them that their ideas matter. We can work together. As we say at MediaWatch — “Alone it’s a letter; together it’s a campaign.” ■

Meg Hogarth is the executive director of MediaWatch, a non-profit, national organization that has been monitoring the portrayal of women and girls in the media since 1981.

MediaWatch resources include: videos on media literacy; research papers; letter writing guides; a series of fact sheets; activity kits for parents and teachers of young children (ages 4-10); and numerous other publications on women and the media. All materials are available in French and English. MediaWatch also offers workshops. For a full listing of MediaWatch resources contact: MediaWatch, #204-517 Wellington St. W., Toronto ON M5V 1G1, (416) 408-2065, fax: (416) 408-2069

Media literacy: de-clawing the dragon

Media literacy classes give students an opportunity to learn to decode, encode, and evaluate the symbol systems that dominate their world.

According to the Ontario Ministry of Education's *Media Literacy Resource Guide*, media literacy is “...concerned with helping students develop an informed and critical understanding of the nature of the mass media, the techniques used by them, and the impact of these techniques.” More specifically, it is “education which aims to increase students’ understanding and enjoyment of how the media work, how they produce meaning, how they are organized, and how they construct reality. Media literacy also aims to provide students with the ability to create media products.”

Len Masterman, a British educator writes: “The really important and difficult task of the media teacher is to develop in pupils enough self-confidence and critical maturity to be able to apply critical judgments to media texts which they will encounter in the future.... The primary objective is not simply critical awareness and understanding. It is critical autonomy.”

— John J. Pungente, SJ, Director of the Jesuit Communication Project (416-488-7280) and an executive member of the Ontario-based Association for Media Literacy.

Video games mean big profits

Video games are big business. The \$15 billion-a-year international game industry (\$350 million-a-year in Canada) is aimed primarily at boys 7-14 years of age. And they are eating it up. Twenty-five percent of households now have computers or video game equipment.

The huge success of the video games industry has raised some concerns over what kinds of games children are playing and what might be the effects on their development. Many of the most popular games among young children are extremely violent. *Mortal Kombat*, *Robocop vs. The Terminator*, *Street Fighter*, and *Lethal Enforcers* are among some of the current titles.

As their names suggest, these games reward “killer responses” according to Sandra Campbell of VIVA Associates (research consultants on issues of violence and children’s social learning). “Video games more than any other medium, promote male dominator, racist behaviour as glamorous and erotic, the only possible response and the essential requirement for winning.”

The popularity of video games — and their profits — are increasing. As new technologies are being developed, the production values of the games are improving. Cartridge-based games appear to be giving ground to CD ROM-based games which allow for games with the same kind of production values as Hollywood films. Hybrid movie-games are now being made where players will be able to enter into live-action movies to rearrange the plot and direct the action.

Games will be even more readily available soon. The CRTC has opened the door to cable video game channels that would allow players to down-load games through their television screens. The video games programming services will not require licences provided that they meet a number of criteria including adherence to the CAB codes on TV violence, sex-role portrayal, and advertising to children.

So far, there are neither standard classification systems for video games, nor controls over their availability to children. The provinces, which have jurisdiction over video and video game sales, are working to develop standard classification systems and controls for both industries. ■

In addition to slasher movies, slasher video games are available. For example, the game *Night Trap* has the sound and feel of a B-grade slasher flick. (Reported in the *Globe and Mail*, January 13, 1993, p. C3) This video game was one of the “hottest selling” electronic games of the holiday season and features “a cinematic CD-based adventure in which the player must protect a house full of scantily clad young women from a game of zombies armed with big hooks.”

Coalition for the Safety of Our Daughters

Interactive multimedia: edu-tainment is the name of the game

Cyberspace, cross-platform interactive applications, lurking, netiquette, hypermedia, virtual reality.... This is the new language of the electronic highway. There are stops along it for children and adults that will forever change how families play together and how they communicate. Some say the new technology is a boon. Others fear that it may just make our media headaches worse.

The new technology is not coming — it's here. Thousands of people in Canada are tuning in to on-line interactive TV like Videoway Communications programming in Quebec. Here people actively join in on quiz shows and their score is registered with the cheering on of the on-screen host. Or they may choose to rearrange the ending of a favourite program.

Children in school and at home are interacting with sophisticated programs that allow them to direct their learning according to their interests. Some CD ROM learning programs can provide 30-40 hours of self-directed learning.

Television stations are setting up interactive networks, electronic town hall meetings and even virtual reality events. In one such event, produced by the National Film Board, children from different countries walked through each others' cities and even played sports together with the help of modern communication technologies.

And computers can be a family affair with electronic

highway networks like Internet:

"My whole family is on Internet now. My mother works in Regina. My father is in Yellow Knife and my sister is in Kingston. We're all on-line now. It's a great way to keep in touch." — Lindsey, a public servant in Toronto.

There are stops along the highway ("conferences" or "sites") for children that can become a focal point of "quality time" for families. For example, the children's television program, *Theodore Tugboat*, has a "site" on Internet. Because this "conference" is aimed at very young children who lack the literacy skills to navigate the highway on their own, adults or older children must be involved with the child. *Tugboat* producer Andrew Cochran estimates that 100 children a day are tuning in to create, print out and colour their own versions of *Tugboat* stories.

This may be the golden age of interactive media says independent producer, Gary Schwartz. He used to be a film maker. Today he is producing *My City*, an interactive CD ROM animation designed to empower children to explore their world and their ability to act in it. He suggests that now is a good time for independent producers to be involved in developing the new technologies.

Continued on page 16



A 1994 ACT Award winner, Theodore Tugboat

This may be the golden age of interactive media.

Show your support for families

Join The Vanier Institute of the Family and receive *Transition* four times a year

I want to join (or renew my membership in) The Vanier Institute of the Family as an:
☐ Individual member: \$30.00 ☐ Organizational member: \$65.00 ☐ Associate member: \$20.00
☐ I would like membership in the Institute but payment would be a financial burden.

I want to help the Vanier Institute work on behalf of Canada's families. Enclosed is my tax-creditable contribution of:
☐ \$30 ☐ \$50 ☐ \$100 ☐ \$250 ☐ \$500 ☐ \$_____ other

Name: _____

Address: _____

Town: _____ Province: _____

Postal Code: _____ Signature: _____

Please mail your contribution to the Vanier Institute of the Family, 120 Holland Ave., Suite 300, Ottawa, Ont. K1Y 0X6.

ACT: promoting quality programming for 20 years

The Alliance for Children and Television (ACT) was founded in 1974 as the Children's Broadcast Institute by a group of parents, broadcasters, educators, producers and advertisers. ACT continues to work to increase public awareness of the influence of television and to promote the production of more and better Canadian television programs for children.

ACT presents annual Awards of Excellence for Canadian children's programming as well as initiating research projects and developing tools and information for parents. A recent book, *Minding the Set*, produced by the Alliance in partnership with Rogers Cablesystems sets out their approach to working with families:

1. Parents are the real experts on their own children.
2. All children are different and all families are different.
3. Families have different ways of using TV.
4. Television is not bad. There are good things about television and bad things about television.
5. Television influences children. The more they watch, the bigger the influence.
6. Talking and thinking about television help reduce its impact on children.



Some 1994 winners of ACT's Awards of Excellence.

Top: *Clip Art* (Les Productions De L'Impatiente) left: *Wildside* (Atlantis Films), bottom: *Northwood* (Soapbox Productions)

7. Most families don't need to worry about television, but they do need to talk and think about it more.
8. It's okay to watch and enjoy TV.

ACT is now working on a kit for parent and caregiver groups entitled *Primetime Parent*. For more information contact ACT, 344 Dupont St., Suite 205, Toronto, M5R 1V9, 416-515-0466, fax: 416-515-0467

Interactive, continued from page 3

Some elements of the interactive multi-media industry are not part of anyone's golden age, however. The games industry has become a big business (see page 14) and some fear that what is bad in videos is far worse when it becomes interactive.

Interactivity means that the viewer is no longer passive. This can be good. One of the often-cited problems with television and video is that children spend too much time passively absorbing information rather than actively interacting with their environment and other people. Interacting in a creative way with challenging material and exercising choice is one of the positive aspects of the new media. Some of the new games and interactive choices, however, are worrying parents, educators and health professionals. Games like *Mortal Combat*, or "slasher video games" such as *Night Trap* invite the player to take an active roll in the violent action. This may strengthen the desensitization aspect of the viewing experience (see page 6).

Like all forms of media, the new interactive technologies are probably not all good or bad. The fast rate of change, however, and the vast array of new products is overwhelming to parents, children and other consumers. And so far, controls and classification systems are non-existent.



ORDER FORM

Resources from The Vanier Institute of the Family



Quantity		Unit price*	Total price
	<i>Profiling Canada's Families</i>	\$20.00	
	<i>Canada's Changing Families: Challenges to Public Policy</i> , Guest Editor: Maureen Baker	\$20.00	
	<i>Inventory of Family-Supportive Policies and Programs in Federal, Provincial and Territorial Jurisdictions</i> , by Terrance Hunsley	\$20.00	
	<i>Child Abuse and Neglect Prevention Programs in Canada</i> , by John Meston	\$12.00	

----- Cheque enclosed

----- Please invoice

Total

Name _____

Address _____

City _____

Province _____

Postal code _____

*All prices include GST and postage. Please make cheques payable to The Vanier Institute of the Family, 120 Holland Ave., Suite 300, Ottawa K1Y 0X6. (613) 722-4007 Fax: 729-5249.

TRANSITION

– pour les familles
– au sujet des familles

Qu'y a-t-il au programme? Vous, votre famille et la télé



Debra Clark

IRRÉALITÉ VIRTUELLE

*La télévision, les
familles et les
communautés des
années 90*

POUR UNE COMMUNICATION DANS L'INTÉRÊT PUBLIC :

*une entrevue avec Keith
Spicer, président du
CRTC*

ÉLIMINER LE SEXISME ET LA VIOLENCE DANS LES MÉDIAS

Qu'y a-t-il au programme? Vous, votre famille et la télé

En 1992, Virginie Larivière, une jeune fille de treize ans, a remis une pétition à la Chambre des communes pour réclamer une loi interdisant toute forme de violence à la télévision. M^{re} Larivière a recueilli plus de 1,3 millions de noms à l'appui de sa pétition et a lancé un débat sur la violence à la télévision dans toutes les couches de la population - parents, enfants, enseignants, professionnels de la santé, membres du monde télévisuel, régulateurs et législateurs.

Dans le présent numéro, nous vous présentons un compte rendu du débat et de ses résultats. Nous examinerons aussi ce qui se passe ailleurs dans le vaste monde du divertissement télévisuel.

Alan Mirabelli, directeur des communications de l'IVF, nous donne un aperçu de la place qu'occupe la télévision dans les familles d'aujourd'hui. Nous nous entretenons avec Keith Spicer, président du CRTC, de la violence à la télévision et du rôle de la télévision dans la vie des Canadiens et des Canadiennes. Meg Hogarth d'Évaluation-Médias explore la politique sur l'image que l'on projette des femmes et des hommes ainsi que la violence à la télévision.

— Kathy Eisner, rédactrice

RÉSEAUX

3-5 mai : «Helping & Healing: Responding to Sexual Violence», Lethbridge (Alberta), coordonné par The Interagency Committee on Sexual Assault and Sexual Abuse conjointement avec le Rural Outreach Committee, S.A. Sexual Assault Centre. Info. : Southern Alberta Sexual Assault Centre, c/o Lethbridge Family Services, 1107-2A Avenue North, Lethbridge, AB T1H 0E6. (403) 327-6570, téléc. : (403) 329-4924.

17-20 mai : «Gender Issues in Family Law: A Generation of Concerns», Association of Family Conciliation Courts Annual Conference, Montréal. Présenté en collaboration avec l'Association de médiation familiale du Québec. La traduction simultanée sera fournie dans certains ateliers. Info. : AFCC, 329 W. Wilson St., Madison, WI 53703. (608) 251-4001, téléc. : (608) 251-2231.

25-28 juin : «Remaking Canadian Social Policy: Staking Claims and Forging Change», 7^e conférence nationale sur la politique de sécurité sociale, Vancouver. Info. : Michael Goldberg, Social Planning and Research Council of B.C. (SPARC), # 106-2182 West 12th Ave., Vancouver, BC V6K 2N4. (604) 736-8118, téléc. : (604) 736-8697.

Remarque : Bien souvent, nous recevons trop tard les annonces à publier. Elles doivent nous parvenir au moins deux mois avant le mois de publication de Transition.

AIR CANADA



Air Canada est le transporteur attitré de
l'Institut Vanier de la famille.

L'AGA de l'IVF désormais au printemps

À l'occasion de l'assemblée générale annuelle de l'Institut Vanier de la famille à Banff en octobre dernier, le conseil d'administration a décidé de rapprocher davantage la date de cette rencontre annuelle de la fin de l'année financière. À partir de 1995, l'assemblée générale annuelle se tiendra en mai.

Transition rajustera son calendrier en publiant la Rétrospective annuelle 1994-1995 en juin plutôt qu'en septembre.

Réseau de sensibilisation aux médias

En tant que composante de la stratégie sur la violence dans les médias du ministère du Patrimoine canadien, l'Office national du film (ONF) procède à l'établissement d'un service d'information en direct pour les Canadiens et les Canadiennes préoccupés par l'influence de la programmation des médias sur les attitudes et les attentes des enfants et des jeunes.

Le Réseau de sensibilisation aux médias vise à renforcer la prise de conscience du public, à appuyer l'éducation médiatique dans les écoles et à promouvoir la qualité de la programmation pour enfants.

Le Réseau de sensibilisation aux médias a établi des bureaux dans les locaux de

Dans notre prochain numéro : Les soins de santé axés sur la famille

En raison de ses ressources financières limitées, le gouvernement réexamine le système de santé du Canada. On met davantage l'accent sur la prévention, mais on ignore parfois les familles qui constituent probablement nos plus grands agents de promotion de la santé. Joignez-vous à nous en juin pour examiner le rôle des familles dans les soins et la promotion de la santé.

l'ONF à Ottawa avec l'aide financière des ministères de la Justice et du Patrimoine canadien. Info. : Anne Taylor, directrice, Réseau de sensibilisation aux médias (613) 992-5380, téléc. : (613) 947-2537.

 L'Institut Vanier de la famille remercie Bell Canada de son soutien à Transition.

TRANSITION

Mars 1995  Vol. 25, n° 1

Judy Sapp
Présidente

Jerome Berthelette
Président du comité exécutif

Alan Mirabelli
Directeur des communications

Ish Theilheimer Kathy Elanor
Rédacteur, rédactrice

Lucie Legault
Commissaire à la distribution

Transition est une publication trimestrielle distribuée aux membres de l'Institut Vanier de la famille. Les cotisations sont de 30\$ pour un membre individuel, 65\$ pour une organisation membre, 20\$ pour un membre associé. Elle est offerte gratuitement aux personnes qui ne sont pas en mesure d'en acheter les frais.

Transition est une publication de l'Institut Vanier de la famille, 120, av. Holland, bureau 300, Ottawa (Ontario) K1Y 0X6. Téléphone (613) 721-4007, télécopieur 729-5249. (Courrier de deuxième classe - N° 0484652) Faites-nous parvenir vos opinions et commentaires sur les questions soulevées par Transition. La rédaction se réserve le droit de remanier les écrits soumis.

Les articles de Transition peuvent être reproduits ou cités à la radio ou à la télévision sans autorisation. Toutefois, nous vous demandons d'en identifier la source et de nous faire parvenir une copie de tout passage reproduit.

L'existence de Transition remonte à 1970.

ISSN 0049-4429

Veuillez nous aviser le plus tôt possible de tout changement d'adresse, enchant l'étiquette portant l'ancienne adresse.

Coalition contre la violence à la télévision

La Coalition pour une télévision responsable a été créée en 1994 pour surveiller l'industrie télévisuelle en ce qui touche la violence et le bien-être des enfants. La coalition comprend d'importantes organisations comme l'Église unie du Canada et des organisations nationales d'enseignantes et d'enseignants ainsi que de plus petits groupes et des particuliers. Cette coalition regroupant une large variété de personnes et d'organisations :

- examine les lignes directrices existantes sur la violence télévisuelle et lutte pour leur amélioration;
- oeuvre pour s'assurer que les câblodistributeurs et les chaînes de télévision spécialisées élaborent des lignes directrices;
- surveille les changements technologiques (liés à la télévision) susceptibles de nuire aux enfants;
- observe le processus des plaintes pour faire en sorte que la voix des Canadiens et des Canadiennes soit entendue.

La coalition a récemment mis en service une ligne téléphonique pour aider le public à déposer ses plaintes (voir p. 11). Pour plus d'informations : Patricia Herdman, P. O. Box 24040, Bullfrog Mall, Guelph (Ontario) N1E 6V8 (519) 787-2687.

Apprentissage actif concernant les familles

Les enseignants disposent d'un nouvel outil pour explorer la vie familiale avec des élèves de tous les âges. *«Parle-moi de chez-toi» : Guide pédagogique* a été distribué à toutes les écoles primaires et secondaires du Canada dans le courant de la présente année scolaire. Il s'agit d'une publication de 116 pages comprenant des conseils étape par étape au sujet de plus de 60 activités à l'intention des élèves de la maternelle à la 12^e année. Il comprend en outre des pages de ressources et d'activités reproductibles ainsi que des suggestions d'activités et de discussions à l'intention de groupes d'adultes.

Les thèmes couverts vont de la structure

familiale dans un monde en évolution à l'amour familial en passant par les mauvais côtés de la famille et leur situation économique. On y trouve aussi une section sur les Nations Unies en raison de l'Année internationale de la famille, célébrée en 1994. Cette section porte sur la structure et la mission des Nations Unies. Les activités comprennent des jeux, des sketches, du remue-méninges, des graphiques, des débats, des dissertations et des dessins.

Produit par le Comité canadien de l'Année internationale de la famille 1994 (CCAIF) en collaboration avec l'Institut Vanier de la famille, le guide est constitué de feuillets d'information et d'extraits tirés de *Profil des familles canadiennes* et d'autres publications de l'IVF. La Centrale de l'enseignement du Québec, le Bureau québécois de l'Année internationale de la famille et l'Association canadienne pour les Nations Unies ont aussi collaboré au projet.

«Parle-moi de chez-toi» a été produit pour l'Année internationale de la famille mais sera très utile aux enseignants au cours des années à venir. On peut s'en procurer des exemplaires auprès du CCAIF au 1-800-567-0030

Les revenus à la baisse, la pauvreté à la hausse

La plupart des Canadiens et des Canadiennes savent sans doute que leurs revenus continuent de baisser en dollars réels. Dans son dernier rapport sur la distribution du revenu au pays, Statistique Canada révèle qu'en 1993, le revenu familial ajusté à l'inflation a continué sa glissade pour une quatrième année consécutive. Le revenu familial moyen a été estimé à 53 459 \$, en baisse de 2,2 p. 100 par rapport à 1992, ce qui revient à une diminution de 6,7 p. 100 soit 3 822 \$ en 1993 depuis le pic de 1989.

La plupart des nouveaux emplois étaient à temps partiel

Ce recul du revenu représente le déclin le plus long et le plus marqué des quatre dernières décennies. On a connu une hausse de l'emploi en 1993, mais uniquement dans la catégorie des bas salariés du secteur des services. La plupart des nouveaux emplois étaient à temps partiel.

Parallèlement, on a constaté une baisse dans la catégorie des emplois à salaires élevés des secteurs de biens de production.

La diminution des revenus a entraîné un accroissement du nombre de pauvres au Canada. Le pourcentage de personnes vivant sous le seuil de faible revenu a été estimé à 17,9 p. 100 en 1993 contre 16,8 p. 100 en 1992 et 14 p. 100 en 1989.

Le taux de pauvreté chez les enfants est encore plus élevé : 21,3 p. 100 par rapport à 20,6 p. 100 en 1984 pour chuter à 14,8 p. 100 en 1989. Aujourd'hui, il y a près d'un demi-million d'enfants de plus vivant dans des familles pauvres qu'en 1989, soit un bond de 51 p. 100.

Étude sur l'adoption internationale

Une récente étude conclut que les enfants adoptés d'autres pays semblent fonctionner au moins aussi bien que le reste de la population. L'étude reconnaît qu'il semble y avoir un préjugé probable concernant les familles qui fonctionnent mieux, mais les résultats peuvent s'avérer utiles pour les personnes qui pensent recourir à l'adoption internationale et pour les décideurs politiques.

L'étude a été financée par le Programme de subventions nationales au bien-être social, Développement des ressources humaines Canada. Cette étude était basée sur des entrevues détaillées auprès de 126 familles adoptives en Colombie-Britannique, en Ontario et au Québec effectuées par les chercheurs Anne Westhues de l'Université Wilfrid Laurier au (519) 884-1970 et Joyce Cohen de l'Université de Toronto au (416) 978-3267.

Voici quelques-unes de leurs principales conclusions :

- Les personnes adoptées à l'extérieur du Canada ont affirmé nourrir un grand sentiment d'appartenance à l'égard de leur famille; jusqu'à 94,7 p. 100 des réponses allaient dans ce sens.
- Ces personnes ont une meilleure estime d'elles-mêmes que la population en général (55,7 p. 100 chez les personnes adoptées contre 45 p. 100 parmi la population en général).
- Une importante majorité de personnes adoptées se disent fières ou très fières de leur origine ethnique ou raciale.
- Plus de 80 p. 100 des personnes adoptées rapportent cependant avoir vécu des «expériences mauvaises ou désagréables en raison de leur origine raciale ou ethnique».

Au cours de l'Année internationale de la famille, Alan Mirabelli, directeur des communications à l'Institut Vanier de la famille, s'est entretenu avec des parents et des groupes communautaires partout au pays. Voici des extraits de ce qu'il leur a dit au sujet des familles, des communautés et de la télévision.

Irréalité virtuelle : la télévision, les familles et les communautés des années 90

Nous avons choisi d'utiliser le média d'une façon qui nous permet de nous débarrasser de l'aspect compliqué de notre vie : l'interaction.

Lorsque la télévision est apparue dans les années 50, elle a été très vite acceptée comme une nouvelle invitée dans nos foyers. Au Canada, aux États-Unis et partout en Europe, adultes et enfants ont commencé à regarder la télévision trois heures par jour. Quarante ans plus tard, rien n'a changé. Nous continuons à regarder la télé trois heures par jour, sept jours par semaine, même si une partie de ce temps est maintenant consacrée aux vidéocassettes et aux jeux vidéo. Notre utilisation de la télévision a changé considérablement à mesure que nos familles et nos communautés se sont transformées.

La nouvelle invitée est là

Au départ, nous considérons la télévision comme un moyen d'expérimenter des choses que nous ne pourrions normalement pas vivre. Nous avons regardé le drame de l'assassinat de Kennedy et l'atterrissage sur la lune. De la même façon, nous recevions des événements culturels dans notre salon. Nous avons aussi considéré la télévision comme un outil enrichissant.

Regarder la télévision était aussi une activité familiale. Le poste de télévision, qui permettait d'accéder qu'à quelques canaux, était placé dans la salle familiale et le fait de regarder un programme particulier le dimanche soir constituait un événement spécial qu'il fallait négocier avec les membres de la famille.

Aujourd'hui, nous utilisons rarement ce média pour stimuler la discussion. Au lieu de cela, nous avons tendance à nous isoler. Nous avons une télévision dans la chambre à coucher où un membre de la famille s'installe. Il y en a une autre à la cuisine pour accommoder une autre personne. Tout le monde a un choix et la programmation vise divers groupes. Les adolescents regardent des programmes correspondant davantage à leurs goûts et les personnes âgées font de même. Lorsque les membres de la famille se réunissent, ils ne peuvent plus discuter d'expériences communes

compte tenu de ce qu'ils ont vu à la télévision.

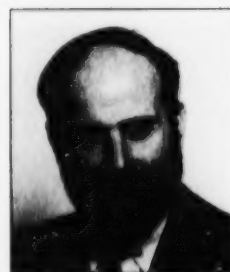
Laisse-moi regarder les nouvelles d'abord!

On note un autre phénomène dans les familles relié à la manière dont elles utilisent la télévision et la façon dont cette dernière influe sur le temps familial. Le média de la télévision transmet son message à un moment précis. Si on vous interrompt, vous le manquez. En ce sens, c'est différent de la lecture. En d'autres mots, si votre enfant vient vous voir et vous dit : «Je voudrais te parler de quelque chose qui s'est passé aujourd'hui», il y a des chances que vous lui répondiez «Shh, attends une minute, je regarde les nouvelles». De pareilles situations surviennent aussi entre conjoints ou avec d'autres membres de la famille.

Avant l'apparition de la télévision, vous pouviez aller au café du coin ou au cinéma du quartier si vous vous sentiez seul. Si vous vous absentiez du foyer pendant plusieurs soirées au cours d'une semaine, la personne qui y demeurerait commençait à se rendre compte que quelque chose n'allait pas parce que la séparation physique — la solitude — était éloquent.

Aujourd'hui, cependant, la télévision nous sépare. Le fait de s'asseoir sur le même canapé à regarder le petit écran nous donne l'impression que nous sommes ensemble. Cependant, tout le processus de l'engagement humain est peut-être subordonné au fait que nous avons choisi de regarder trois heures de télévision ininterrompues pendant la soirée.

Ce n'est pas la faute du média, mais de la façon dont nous avons choisi de l'utiliser, en tant qu'êtres humains, pour nous débarrasser de l'aspect compliqué de notre vie : l'interaction.



Alan Mirabelli

La télévision comme outil de socialisation des enfants

L'interaction est essentielle à la socialisation des enfants. Étant donné que les changements survenus dans notre vie familiale et communautaire ont largement diminué la diversité des expériences et des interactions des enfants, la télévision est devenue, par défaut, le principal instrument de socialisation de nos enfants.

Cette situation est due au manque de temps qui est le lot de la plupart des familles. Vu que la majorité des parents travaillent à l'extérieur du foyer, nous avons tendance à vivre notre vie familiale entre 17 h 30 et 19 h 30, l'heure à laquelle nous commençons à mettre les enfants au lit. La plupart des membres adultes de la famille passent de 40 à 50 heures par semaine au travail, dorment pendant 56 heures et consacrent 30 heures aux travaux domestiques et aux soins personnels. Ajoutez à cela les 21 heures par semaine que passe en moyenne une personne devant la télé et il ne reste pas grand temps pour les activités communautaires et familiales. Entre l'école, les devoirs et le dodo, le temps dont dispose les enfants est à peu près le même que celui des adultes et ils passent aussi 21 heures devant le petit écran.

Il en résulte que tous les types d'activités familiales et communautaires en pâtissent. La socialisation des enfants qui intervient dans le cadre d'autres activités diminue à mesure que le temps disponible rétrécit.

Les activités différentes que font les enfants se passent rarement dans des groupes et des situations diverses. Un nombre croissant de Canadiens et de Canadiennes ont cherché refuge dans les banlieues où les habitants de la communauté ont une situation économique, un niveau de scolarité et des intérêts professionnels similaires.

Les enfants sont davantage isolés quand on les regroupe par âge, par sexe et par intérêt à l'école et dans le cadre d'autres activités organisées. Le groupe affinitaire exerce une influence prédominante sur leur vie. La communauté et la famille jouent un rôle très limité dans la socialisation des enfants.

Contrairement à ce qui se passe dans beaucoup de cultures où les enfants participent à la vie communautaire dominante, nous «privatisons» les enfants en Amérique du Nord. Si les gens interviennent dans l'éducation de nos enfants, nous avons tendance à leur dire de se mêler de leurs affaires. Parallèlement, nous évitons d'intervenir dans les affaires des autres par crainte de la réaction de l'enfant ou du parent.

Si les enfants ne participent pas à la vie communautaire, ni ne rencontrent ou n'interagissent avec différentes personnes, comment peuvent-ils savoir comment ça se passe ailleurs? Comment apprennent-ils ce que c'est que d'être jeune parent avec un poupon? Comment peuvent-ils comprendre ce que c'est que de se sentir frère et d'avoir à demander de l'aide aux autres? Comment peuvent-ils déterminer la façon dont ils se comporteraient plus tard dans une pareille situation.

Les enfants doivent s'appuyer sur des modèles quelque part. Aujourd'hui, ils sont susceptibles de voir ces modèles à la télévision — par défaut — parce que c'est là qu'ils passent le plus clair de leur temps libre. C'est aussi le seul endroit où ils entrent en contact avec la diversité. Cependant, l'apprentissage télévisuel

demeure limité. La télévision permet de connaître beaucoup de choses, mais une compréhension réelle provient de l'expérience vécue et de la réflexion sur la signification de ces expériences.

L'expérience virtuelle c. l'expérience réelle

Le fait de nous tenir à l'écart des activités communautaires donne à la télévision tout son pouvoir parce que les enfants décident de ce qui est réel et de ce qui ne l'est pas en se basant sur l'expérience qu'ils apportent devant la télévision. Par exemple, s'ils sont témoins de conflits entre leurs parents, ils sont susceptibles de savoir que les gens se sentent frustrés de temps à autre, qu'il y a des limites à l'expression de cette frustration et que l'amour et l'affection suivent habituellement la résolution d'un conflit.

Si les enfants ont des parents qui ne se disputent jamais devant eux, ils peuvent toujours faire face à des situations conflictuelles dans leur vie quotidienne, par exemple, dans la rue, à l'épicerie ou dans la communauté. Ils apprennent ainsi qu'il y a d'autres façons de résoudre les conflits et qu'il existe des limites à l'expression de la colère.

Les enfants qui n'ont pas d'expériences vécues pourraient tirer leur modèle de «programmes d'actions» à la télévision. Au petit écran, la violence physique est le mode prédominant de résolution de conflit. En l'absence d'expériences vécues, les enfants vont certainement être indûment influencés par de tels modèles de comportement.

D'autre part, les enfants ayant une expérience plus diversifiée peuvent reconnaître que certains programmes de télévision relèvent de la fantaisie et que dans la vraie vie ils ne peuvent pas se comporter ainsi.

Attention à l'isolement

Notre retrait de la communauté et notre utilisation du média influent aussi sur notre perception du monde qui nous entoure. Après une journée longue et ardue, nous sommes prêts à retourner dans notre foyer, à fermer notre porte à clé, et à mettre les trois verrous de sûreté et la télévision en marche pour voir ce qui se passe dans le monde extérieur.

Quelque chose se passe quand vous agissez ainsi. Vous pouvez obtenir de l'information sur votre communauté en regardant la télévision, mais vous ne pouvez réellement pas «savoir» ce qui se passe à moins d'y faire un tour.

La question devient vitale lorsque nous examinons la violence montrée à la télévision. Les nouvelles télévisées ont tendance à mettre l'accent sur les situations les plus violentes qui se produisent dans la communauté. Cette violence peut représenter une infime portion de la vie communautaire. Cependant, si vous vous asseyez à la maison trois heures durant tous les soirs pour regarder les nouvelles et la violence dramatisée, vous commencez à percevoir le monde sous un aspect beaucoup plus



Debra Clarke

Le fait de nous tenir à l'écart des activités communautaires donne à la télévision tout son pouvoir.

Résultats de recherches sur la télévision

Le débat sur les conséquences négatives de la télévision remonte presque aussi loin que l'invention de la télévision elle-même — particulièrement en ce qui touche les jeunes téléspectateurs amateurs d'émissions violentes. Ce débat se poursuit encore aujourd'hui. Tandis qu'un grand nombre de chercheurs soutiennent qu'on ne peut pas prouver l'existence de liens causals directs, diverses recherches citées dans *La violence dans les médias : ses effets sur les enfants* (1993, Centre national d'information sur la violence dans la famille, Santé Canada) indiquent ce qui suit :

- Il existe une corrélation entre le fait d'être exposé à la violence télévisuelle et le comportement agressif (verbal et physique);
- Les enfants qui regardent beaucoup de violence à la télévision tolèrent davantage les comportements agressifs chez les autres enfants avant de demander de l'aide auprès d'un adulte;
- Les personnes qui regardent beaucoup la télévision ont tendance à être plus craintives que les autres;
- Les enfants âgés de 6 à 10 ans peuvent être particulièrement sensibles aux effets de la télévision;
- Les enfants ont un comportement plus agressif lorsqu'on leur donne des jouets utilisés dans des scènes de violence à la télévision;
- Les enfants âgés d'environ trois ans imiteront un modèle vu à la télévision comme s'il s'agissait d'un modèle de la vraie vie;
- La télévision peut rendre les téléspectateurs insensibles à la violence;
- Les adultes peuvent influencer de façon significative sur ce que les enfants apprennent à la télévision.

Le CRTC et le Comité permanent sur les communications et la culture affirment que même si les résultats des recherches ne sont pas concluants, les preuves à l'effet que la télévision contribue à la violence dans la société sont assez convaincantes pour qu'on prenne des mesures pour la réduire dans la programmation, particulièrement celle destinée aux enfants.

violent qu'il ne l'est en réalité. Peu importe que ce soit à Détroit, à Montréal ou à Toronto — la télévision renforce la perception que la société ou la communauté dans laquelle vous vivez est beaucoup plus violente qu'elle ne l'est en réalité.

Cette situation peut entraîner un plus grand sentiment d'insécurité et de crainte, particulièrement si vous faites partie d'un des groupes souvent présentés comme victimes. Les personnes âgées du Canada, par exemple, pourraient sentir la nécessité de prendre une foule de précautions inutiles pour se protéger.

La perception voulant que la communauté soit un milieu violent nous pousse à réduire notre participation aux activités communautaires. Nous nous enfermons pour regarder les nouvelles locales soir après soir. Les nouvelles confirment le sentiment que les rues ne sont pas sécuritaires. Alors, nous nous isolons encore plus au lieu de nous rendre compte que nous sommes vulnérables parce que nous ne participons pas à la vie publique — parce que nous ne nous connaissons pas et que nous ne voulons rien savoir les uns des autres.

Un enfant est vulnérable lorsqu'il n'y a personne d'autre dans la rue qui le connaît, qui sait où il habite et qui sont ses voisins. Si un étranger s'approche d'un enfant dans une communauté solidaire et participative, tout le monde sait qu'il s'agit d'une personne qui n'habite

pas le quartier et l'enfant est protégé.

La télévision est là pour rester

La télévision peut faire partie d'un cycle d'isolement individuel et familial, mais le média en soi ne peut pas être blâmé. Ce que nous voyons à la télévision — le contenu — ne représente qu'une partie du problème. Ce qui pose problème, c'est la façon dont nous avons tendance à utiliser la télévision dans notre vie quotidienne pour réaffirmer notre isolement et éviter l'interaction. Cette façon d'utiliser la télévision peut priver certains d'entre nous d'une expérience adéquate de la vraie vie qui nous permettrait d'interpréter et d'évaluer ce que nous voyons à la télévision.

Il nous appartient de choisir la façon dont nous utilisons la télévision et le temps que nous y consacrons. En tant qu'individus, nous pouvons exercer ce choix judicieusement aussi bien pour nous-mêmes que pour nos enfants. Nous pouvons guider nos enfants vers d'autres activités.

En tant que société, nous pouvons reconnaître l'influence de la télévision dans la socialisation de nos enfants et prendre des mesures pour nous assurer que nous leur offrons la programmation qu'ils méritent. ■

IBC : promoteur d'une culture en devenir

Lorsque le Inuit Broadcasting Corporation (IBC) entre en ondes, presque tous les habitants des communautés inuit du Nord sont à l'écoute. Les émissions de l'IBC sont produites dans cinq localités réparties dans le Nord et rejoignent ses auditeurs inuit par satellite en inuktitut du Yukon jusqu'au Labrador et l'extrême nord.

Ce n'est pas que la langue qui attire les auditeurs affirme Peter Shamou Tapatai de IBC, «C'est une programmation dans laquelle ils se reconnaissent. Nous racontons des histoires et des légendes de notre peuple. Nous leur enseignons la survie.»

L'IBC parvient à enseigner la survivance par le biais d'émissions culturelles qui se déroulent dans un cadre où les anciens peuvent venir parler à leur aise. Il s'agit souvent d'un igloo où les anciens mangent du caribou gelé tout en palabrant. Par le biais des histoires qu'ils content, nous apprenons l'importance de ce que nous emportons avec nous lorsque nous partons dans la nature; nous apprenons ce qu'il nous faut savoir pour y survivre. Tapatai soutient que la langue et la culture inuit doivent être protégées. «Lorsqu'un ancien meurt, c'est une partie de notre histoire que nous perdons.»

L'IBC enseigne aussi la survivance en abordant



Inuit Broadcasting Corporation

de sérieuses questions d'actualité. Ils ont produit des émissions spéciales sur l'abus des drogues, la violence domestique, le suicide chez les jeunes et le VIH.

L'IBC diffuse seulement cinq heures d'émissions par jour. La plupart des programmes comprennent des segments de dix à quinze minutes venant de chacun des centres de production de l'IBC —Baker Lake, Rankin Inlet, Iqaluit, Igloolik et Taloyoak. En plus, d'émissions spéciales et des contes, on diffuse de la musique, des sons de tambour, une émission d'actualités, une tribune téléphonique hebdomadaire et des émissions pour enfants. Dans une émission très prisée par les enfants, Peter Shamou Tapatai devient «Super Shamou», un héros dans lequel les enfants inuit peuvent se reconnaître et émuler.

Parlant de la popularité de l'IBC, le réalisateur Barney Annaowt Pattunguyak confie que «Les Inuit aiment qu'on les divertisse. Nous produisons tout ce qui fait rire les gens. Ce n'est pas vraiment la culture du passé — c'est de la culture en devenir.

Pour lui, point n'est besoin de compter sur Neilson pour évaluer leur cote d'écoute. Les gens écoutent leur radio BP pour savoir ce que leurs voisins partent dans le Nord ont pensé de la soirée. Laissez-moi vous dire que les gens en parlent. M. Pattunguyak soutient que l'IBC trace la voie. Il amène les gens du Nord à discuter des questions en plus de leur faire partager une nouvelle expérience commune. L'IBC unit les gens de diverses localités et de diverses tribus.»

Les gens du Sud peuvent communiquer avec l'IBC à son bureau d'Ottawa au (613) 235-1892, téléc. : (613) 230-8824. ■



Bande dessinée tirée de la série télévisée condamne l'inhalation de colle.

Pour une communication dans l'intérêt public :

une entrevue avec Keith Spicer, président du CRTC

*Keith Spicer préside le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) depuis 1989. Au cours de son mandat, le CRTC, l'organe national de réglementation des télécommunications, de la télévision, de la radio et de la câblodistribution a lancé une campagne d'envergure pour réduire la violence à la télévision. Keith Spicer est très engagé dans cette campagne. Il a récemment pris le temps de s'entretenir avec Kathy Eisner, rédactrice de **Transition**, au sujet de ses opinions sur le rôle de la télévision dans la vie canadienne. Voici quelques extraits de leur conversation.*



Keith Spicer

La violence glorifiée à la télévision n'est pas essentiellement une question de «liberté d'expression», il s'agit avant tout de protéger les enfants.

Le CRTC se consacre à la communication dans l'intérêt du public. En quoi consiste l'intérêt public en ce qui concerne la télévision?

En fin de compte, c'est ce que le public veut que la télévision soit. Le Parlement nous a demandé d'appliquer des normes de haute qualité, de diversité et de «canadiennité» en matière de diffusion. Nous essayons d'affecter des fonds à de nouvelles programmations et d'encourager l'industrie de la radiodiffusion à produire des émissions canadiennes plus variées et de haute qualité. Mais finalement, ce sont les goûts et les valeurs du public qui vont s'imposer sur le marché.

Nous pouvons mettre en place les règles de base qui renforcent les valeurs canadiennes de tolérance, de solidarité, de respect des libertés individuelles et de diversité. Ensuite, il faudrait espérer que de cet heureux chaos émerge un système de diffusion intéressant. Et je pense, qu'en général, nous y avons réussi.

Le vieux slogan utilisé en informatique «à données inexactes, résultats erronés» s'applique évidemment à la télévision tout comme à tout autre média, incluant la lecture — votre cerveau ne peut que reproduire et développer ce que vous y mettez. Si bien qu'en bout de ligne, la protection de la qualité, de la diversité et de la «canadiennité» repose sur une opinion publique très vive, sensible et avertie.

Je passe pas mal de temps à parler de normes — sans dire ce qu'elles doivent être dans tel ou tel programme,

mais à demander aux gens, particulièrement au sein des milieux axés sur la créativité, la production et la publicité de réfléchir sur les normes. J'encourage les écrivains à se demander «est-ce vraiment pour cette raison que je suis allé à une école de cinéma» ou les acteurs à se demander si c'est vraiment pour cette raison qu'ils sont allés à une école d'art dramatique ou qu'ils ont accepté tel ou tel rôle.

Vous avez mené une campagne vigoureuse contre la violence gratuite et glorifiée à la télévision. Qu'est-ce qui vous motive?

Je crois que la chose la plus importante que toute société se doit de faire est de bien élever ses enfants. C'est la priorité des priorités. Je suis préoccupé par la progression de la violence dans la société.

Ce qui m'a motivé... ce qui m'a forcé à vraiment y penser avec insistance a été l'horrible massacre de 14 jeunes femmes à Montréal. Le lendemain matin et les jours qui ont suivi cet événement, je me demandais quel geste, aussi petit soit-il, le CRTC et moi-même pourrions poser. Nous voulions savoir s'il y avait quelque chose à améliorer dans notre domaine qui pourrait diminuer les risques de voir de telles horreurs se répéter.

De tous les facteurs liés à l'accroissement de la violence dans notre société, la télévision pourrait bien n'en représenter que de 15 à 20 p. 100, mais il s'agit d'un facteur très important et peut-être décisif.

Nous avons alors convenu au CRTC d'essayer de faire tout ce qui était en notre pouvoir sans recourir à la réglementation. Nous essayons depuis maintenant deux

ans et demi de négocier avec l'industrie de la télévision ici et à Hollywood, de l'amadouer et de la persuader avec beaucoup de patience et parfois de frustration, de limiter les excès de violence gratuite et glorifiée dirigée vers les enfants.

Cette violence vise principalement à vendre des jouets et à faire des profits pour les réseaux. Un équilibre s'impose. Une licence est une licence pour faire des profits, mais on doit assumer un certain nombre de responsabilités sociales.

Heureusement, je peux rendre un vibrant hommage aux télédiffuseurs privés du Canada pour avoir fait preuve d'imagination et d'intégrité en plaçant les jeunes sur le même pied d'égalité que les profits ou presque.

Le débat sur les mauvaises répercussions médicales de la violence à la télévision a produit une industrie et un public beaucoup plus vigilants. Cette situation a poussé les télédiffuseurs privés à créer le Conseil canadien des normes de radiotélévision (CCNR), une organisation indépendante de très bonne réputation qui a démontré son intégrité et son courage dans certaines de ses récentes décisions.

La merveilleuse campagne de Virginie Larivière, cette jeune fille de treize ans qui a obtenu un million et demi de signatures à l'appui de sa pétition contre la violence à la télé, nous a donné un bon coup de pouce. Si ce n'était pas d'elle, nous n'aurions pas fait la moitié du progrès réalisé aujourd'hui. Toutefois, le processus demeure précaire. La question est infiniment complexe, mais je suis persuadé que nous avons gagné du terrain et ce qui m'en convainc, c'est le fait que nous servons de modèle à émuler aux autres pays du monde. Les gens considèrent la démarche canadienne comme un modèle possible pour d'autres pays — la France, les États-Unis, la Suède et l'Australie, par exemple.

N'est-ce pas là une question de liberté d'expression?



Zap (Verseau International), un des lauréats 1994 du Prix d'excellence de l'AET en programmation pour enfants.

Non! La violence glorifiée à la télévision n'est pas essentiellement une question de «liberté d'expression»; il s'agit avant tout de protéger les enfants. Tous les intervenants de l'industrie de la télévision, ainsi que les parents, les éducateurs et les chercheurs commencent à considérer la violence télévisuelle sous ce jour.

La télévision est le miroir et la chambre sonore de tous les types de violence dans notre société. Elle apporte littéralement la violence à nos enfants à la maison de la façon la plus intime, la plus envahissante qui soit. Nous savons que les enfants voient des milliers de meurtres à la télévision.

En réalité, seulement deux options s'offrent à nous : jeter la serviette et laisser la violence continuer à miner l'esprit et le cœur de nos enfants ou essayer, avec un peu d'humilité, de comprendre l'énorme complexité du problème de la violence télévisuelle puis

« La violence à la télévision : dégradation du tissu social »

Le Comité permanent sur les communications et la culture a étudié la relation entre la violence à la télévision et la violence dans la société.

le Comité a conclu que :

- La violence à la télévision est l'un des nombreux facteurs de risque susceptible de contribuer aux tendances agressives et aux comportements antisociaux.
- La violence montrée à la télévision reflète et favorise des attitudes sociales malsaines.
- La portée exacte de ses effets et la nature précise de la relation causale entre la violence montrée à la télévision et la violence perpétrée dans la vie quotidienne des Canadiens et des Canadiennes ne sont pas claires et nécessitent une recherche plus approfondie.

Le comité a aussi constaté que :

- Les programmes télévisuels américains ont tendance à être violents.
- En général, les Canadiens et les Canadiennes regardent un grand nombre de programmes américains (73 p. 100 et 37 p. 100 du temps respectivement chez les anglophones et les francophones).
- Les enfants et les adolescents regardent passablement plus de programmes télévisuels américains que les adultes (75 p. 100 et 83 p. 100 du temps respectivement chez les enfants et les adolescents anglophones contre 46 p. 100 et 48 p. 100 chez leurs pairs francophones).



Pacha et Les Chats (Les Productions Prisma), gagnant du prix d'excellence 1994 de l'AET.

de travailler ensemble pour mieux protéger nos enfants tout en protégeant aussi les libertés intellectuelles et artistiques auxquelles nous tenons tant.

À qui revient la responsabilité de cette question? Où peut-on tracer la ligne entre la responsabilité de l'État d'une part et la responsabilité personnelle et familiale d'autre part? Où la responsabilité s'arrête-t-elle et que pouvons-nous faire en tant que société pour que les divers intervenants jouent un rôle dans la protection de nos enfants?

L'organe de réglementation, les diffuseurs, les parents et les enseignants ont une responsabilité à ce niveau. Ce matin, j'ai dit à une classe d'élèves de 11 ans qu'ils ont aussi une responsabilité. Ce dont nous avons besoin, c'est d'un public plus averti face à la télévision quel que soit son âge; d'un public qui peut discerner les bonnes valeurs des mauvaises, les bons programmes des mauvais.

L'organe de réglementation doit faire son possible pour provoquer le débat, la discussion et obtenir de l'industrie des restrictions responsables. Nous encourageons aussi les parents, les enseignants et le corps médical à trouver les moyens de faire quelque chose au sujet de cette question. Nous disons aux enfants qu'ils doivent examiner la télévision — regarder de bons programmes et rejeter les mauvais programmes en les considérant comme de la camelote alimentaire pour l'esprit.

À l'instar de la plupart des autres parents de l'époque, j'ai péché à propos de mes propres enfants. J'ai trop utilisé la télévision comme gardienne d'enfants. Nous l'avons tous fait. Cependant, en raison de l'intense débat qui se déroule sur la question, tout comme le genre de dialogue national que nous avons eu sur la pollution et la conduite en état d'ébriété, je pense que nous allons aboutir à des résultats significatifs d'ici cinq ou dix ans, peut-être avant. Déjà, des groupes de parents exigent davantage de contrôle sur les programmes diffusés. Ils tiennent des propos du genre : «Nous ne voulons plus de ces programmes». Si vous voulez nuire à nos enfants, nous allons faire ce qu'il faut pour que ces émissions n'entrent pas dans nos foyers.

Plus tard, des considérations commerciales joueront un rôle puissant dans le changement. Les consommateurs peuvent exercer une énorme pression. Les dispositifs de contrôle pour les parents comme la fameuse «micro-plaquette V» aideront aussi mais pas avant trois à cinq ans.

Pour vous, quel rôle joue la télévision dans la société?

Divertir, éclairer et informer. On peut utiliser la télévision comme un excellent instrument de civilisation ou comme une dépendance corrosive susceptible de retarder le développement de l'esprit et de paralyser les

La «micro-plaquette V» : bientôt disponible sur nos écrans...

Une nouvelle technologie qui promet de donner aux parents le contrôle sur le sexe, la violence et le langage à la télévision.

Le débat entre la liberté d'expression et la protection de l'enfant sera bientôt chose du passé grâce à une techno-solution. La «micro-plaquette V» ou système de contrôle du téléspectateur permettra aux parents de décider quel type d'émissions leurs enfants peuvent regarder.

Le système de contrôle du téléspectateur mis au point par le professeur Tim Collings du Simon Fraser University en Colombie-Britannique est actuellement testé à Edmonton. Ce système permettra aux parents de programmer leurs télévisions de façon à «bloquer» des émissions ou des cassettes vidéo sur la base de son contenu sexuel et violent ou en raison du langage grossier qu'elles contiennent.

L'idée est que tout le matériel vidéo — jeux, émissions de télévision et cassettes vidéo — sera coté selon une échelle à trois volets : sexe, violence et langage. Ces cotes seront incluses dans le signal vidéo.

Les récepteurs (câblesélecteurs, magnétoscopes et téléviseurs) équipés d'une «micro-plaquette V» pourront lire les cotes. Si les cotes dépassent la limite pré-établie par le propriétaire, l'écran du téléviseur deviendra blanc ou indiquera que l'émission à venir est inappropriée.

La «micro-plaquette V» peut se révéler une nouvelle technologie révolutionnaire, mais elle ne sera pas commercialisée avant quelques années encore. Une échelle de cotation appropriée doit être mise au point au préalable et l'industrie doit accepter qu'on l'utilise.

La télévision apporte la violence à nos enfants à la maison de la façon la plus intime, la plus envahissante qui soit.

sens et les émotions. Tout dépend de la façon dont nous l'utilisons. La télévision a un immense potentiel pour l'éducation, le bien-être de la société, l'enseignement de la tolérance, les bons messages sociaux, la promotion de la liberté — toutes les valeurs qui sous-tendent notre société.

L'utilisons-nous à ces fins? Peu de gens affirmeraient que nous abattons un travail impressionnant en tant que société en Amérique du Nord ou ailleurs dans le monde pour utiliser la télévision comme instrument de civilisation. C'est un moyen de faire des profits — aux États-Unis en tout cas — et les Américains influent sur les diffuseurs partout dans le monde. Je pense que nous sommes chanceux d'avoir beaucoup de diffuseurs privés ici qui possèdent une bonne conscience sociale canadienne et qui ont une attitude saine vis-à-vis des profits. C'est de cela que nous avons besoin — un équilibre entre les deux.

Êtes-vous quelque peu optimiste?

Oui, je me décrirais comme un idéaliste lucide. Il faut avoir des idéaux si l'on veut donner un sens à sa vie. Mais si vous voulez être plus qu'un idéologue ou un professeur, vous devrez vous organiser pour traduire certains de vos idéaux dans la réalité.

C'est à cette tâche que nous nous attelons, avec délicatesse et respect, dans le cadre du système de réglementation de la diffusion. Nous n'essayons pas de porter atteinte à la liberté d'expression, à la liberté créatrice ou au droit des individus à choisir. Au contraire, nous respectons totalement ces principes.

Nous croyons que les Canadiens et les Canadiennes veulent que nous reconnaissons les valeurs canadiennes comme la tolérance, le respect des enfants, le respect les uns envers les autres et que nous essayions de les incorporer au système de diffusion. En bout de ligne, il faut des dizaines de milliers de personnes pour prendre des décisions commerciales au sujet des produits à acheter, des annonces publicitaires à montrer et des émissions à diffuser.

Code d'application de l'ACR concernant la violence

Après des années de discussion et de négociation, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a adopté en 1993 un code d'application volontaire concernant la violence à la télévision. Les télédiffuseurs privés seront tenus de respecter ce code avant d'obtenir le renouvellement de leur licence auprès du CRTC.

Dans ce code, les télédiffuseurs canadiens s'entendent pour ne pas «diffuser d'émissions qui : renferment des scènes de violence gratuite, sous quelque forme que ce soit; endossent, encouragent et glorifient la violence.»

Les principaux aspects de ce code concernant les émissions pour enfants comprennent :

- Dans les émissions où les interprètes sont des personnes réelles, il ne faut utiliser la violence que si celle-ci est essentielle au déroulement de l'intrigue ou à l'évolution des personnages.
- Les émissions d'animation pour enfants... ne doivent pas avoir pour thème central la violence...
- Les émissions pour enfants doivent aborder avec prudence les thèmes susceptibles d'inciter ces derniers à faire eux-mêmes ce qu'ils voient à la télévision...
- Les émissions pour enfants ne doivent pas renfermer de scènes de violence réalistes qui donnent l'impression que la violence est le moyen par excellence ou le seul moyen de régler les conflits ou qui minimisent ou dissimulent les conséquences des actes de violence...

Le code d'application concernant la violence et les codes d'application sur les stéréotypes sexuels et la morale sont administrés par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), un organe indépendant créé par l'ACR en 1990.

Au CRTC, nous sommes en sorte des arbitres à un match de football. Nous ne sommes ni les joueurs, ni les admirateurs. Mais, je suis très content et surpris de constater les possibilités qui s'offrent à nous de faire quelques bonnes choses. ☑

Violence télévisuelle : les plaintes se font rares

Bien que 1,3 millions de personnes aient signé en 1992 la pétition de Virginie Larivière, 13 ans, sur l'interdiction de la violence à la télévision, les organismes de réglementation ont reçu très peu de plaintes sur la question.

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) n'a enregistré que dix plaintes concernant la violence à la télévision en 1991-1992. Le CCNR est un organisme indépendant d'auto-réglementation créé par les diffuseurs privés. Il s'occupe des plaintes des téléspectateurs et des auditeurs concernant la programmation de la télévision et de la radio du secteur privé.

Deux plaintes logées en 1994 ont entraîné un examen de l'émission pour enfants *Mighty Morphin Power Rangers* par le Conseil régional de l'Ontario du CCNR. Le conseil a décidé que l'émission contrevenait à la plupart des dispositions de l'ACR sur la violence à la télévision. En conséquence, certains télédiffuseurs privés canadiens ont retiré cette émission des ondes. Le CRTC a reçu seulement 40 plaintes concernant la violence en 1991-1992.

Les plaintes adressées aux deux organismes doivent porter sur des émissions précises et comprendre l'heure et la date de la diffusion ainsi que l'indicatif de la station concernée. Les plaintes portant sur les stéréotypes sexuels ou la violence à la télévision peuvent être envoyées aux adresses suivantes : Coordination de la radiodiffusion, CRTC, Ottawa K1N 0N2 ou au CCNR, B.P. 3265, succursale D, Ottawa K1P 6H8.

Vous pouvez aussi formuler votre plainte par téléphone au 1-900-451-3664. Il s'agit d'une ligne de téléphone gérée par la Coalition pour une télévision responsable. Des frais de trois dollars sont exigibles par appel. La Coalition transcrit les plaintes ainsi recueillies et les envoie au CCNR.

Dis-moi ce que tu regardes, je te dirai qui tu es

Éliminer le sexisme et la violence dans les médias

par Meg Hogarth

La télévision est devenue notre fenêtre sur le monde extérieur. En effet, 99 p. 100 des familles canadiennes possèdent au moins un téléviseur couleur à la maison. Cependant, un examen au hasard de la télévision commerciale présente une vue plutôt déformée du monde et de notre société. La télévision présente un monde parfois violent (dramas policiers, drames d'action et nouvelles), parfois ridicule (les comédies de situation, les jeux-questionnaires, les feuilletons) et parfois éducatif (nature, arts), mais le petit écran ne nous donne pas une idée claire de notre monde.

La télévision commerciale nous donne l'impression que dans notre société, les femmes sont presque toujours jeunes, blanches, dotées d'une poitrine généreuse et particulièrement préoccupées par leur apparence et leur tenue. Elles comptent sur l'avis et la protection des hommes; elles sont largement perçues comme des prestataires de soins et de nurturance, mais rarement comme des êtres capables d'initiatives et de leadership. De plus, elles ont tendance à être des victimes sans défense d'une violence souvent de nature sexuelle.

Pour leur part, les hommes sont rarement vulnérables et extériorisent rarement leurs sentiments. Ils ont le contrôle. Ils semblent préoccupés par le souci de posséder des voitures sport, de prendre une bière avec les copains et par le maniement des armes — et gagnent souvent en ayant recours à la violence. Cependant, on les présente dans une plus grande variété d'âges, de couleurs et de formes. En outre, ils représentent plus souvent qu'autrement, «la voix de l'autorité», soit en train de vendre des produits ou dans les émissions d'actualités et d'information qui renforcent leur position en tant que patron averti.

Remarques sur les émissions télévisuelles pour enfants

Ces stéréotypes se retrouvent aussi dans les émissions et les messages publicitaires destinés aux enfants. Les filles y sont présentées comme des personnes passives, préoccupées par leur apparence, en train de jouer avec des poupées plutôt qu'avec des ordinateurs ou des jeux vidéo comme les garçons. Par ailleurs, on montre les garçons comme étant actifs, souvent agressifs, surtout préoccupés par la pratique des sports et les jeux de

guerre et ayant uniquement des amis du même sexe.

Ces stéréotypes, vus à un âge très précoce, enseignent aux garçons qu'exprimer de l'affection n'est pas une affaire d'homme. À l'opposé, on apprend aux jeunes filles qu'une vraie femme doit être de préférence mince, blanche et très jolie. Il n'est pas surprenant que des filles aussi jeunes que sept et huit ans suivent un régime et que les troubles alimentaires constituent un grave problème de santé parmi les jeunes femmes.

Le pouvoir des médias est palpable dans les millions de dollars que rapportent les produits inspirés par les émissions. La plupart d'entre nous considérons les messages publicitaires comme quelque chose qui interrompt l'émission, mais nous devons comprendre que beaucoup d'émissions (surtout celles destinées aux enfants) constituent un message publicitaire du début à la fin. Les émissions du genre *Mighty Morphin Power Rangers* (la première émission à être reconnue inappropriée au regard du code d'application relativement à la violence à la télévision par l'Association canadienne des radiodiffuseurs) sont produites surtout pour promouvoir un grand nombre de produits — jouets, draps de lit, vêtements — portant les motifs de *Power Ranger*. Le film *Parc Jurassique* en est un autre exemple. Il a été classé «Réservé aux adultes» et pourtant les jeunes ont été clairement ciblés pour la vente des produits qu'il a inspirés. La plus grande partie des presque 43 heures d'émission de bandes dessinées diffusées par semaine constitue des messages publicitaires continus à peine déguisés.

Dès la naissance, les poupons veulent intuitivement imiter les comportements humains. Les recherches démontrent que des poupons aussi jeunes que 14 mois qui regardent la télévision répètent les gestes qu'ils y voient. Le rapport Neilson sur la télévision (1990) indique que les enfants de deux à cinq ans regardent jusqu'à 30 heures de télévision par semaine. Ce n'est pas un problème en soi, mais un article paru en 1986 dans *American Psychology* affirme sans ambages que les enfants de cet âge ne possèdent pas la capacité cognitive pour distinguer la réalité de l'imaginaire. Ces jeunes enfants apprennent selon une perspective très limitée ce que signifie être homme ou femme dans notre société.

Il n'est pas surprenant que des filles aussi jeunes que sept et huit ans suivent un régime.

Ils ont aussi une perspective limitée de ce que sont les familles. Celles présentées dans les médias sont rarement des familles élargies comprenant les grands-parents, les oncles, les tantes ou les cousins et les cousines. Les solutions aux conflits et aux problèmes sont souvent faciles et irréalistes pour les familles des émissions télévisées. De la même façon, ces familles ont tendance à n'avoir qu'une seule structure stéréotypée et une seule classe socio-économique. Cette approche passe sous silence la réalité des familles d'aujourd'hui : 13 p. 100 sont monoparentales et près de deux enfants canadiens sur dix vivent dans la pauvreté.

Les images irréalistes des familles nourrissent des attentes irréalistes de la part des membres de la famille. Les enfants peuvent être soucieux ou déçus si leur famille ne correspond pas à ce stéréotype. Dans la vraie vie, les mères et les pères subissent déjà beaucoup de pression en cette époque où les deux parents travaillent à l'extérieur du foyer. Les mères n'ont donc pas besoin d'une pression supplémentaire de la télévision pour être de «bonnes mères» ou pour fournir toutes sortes de biens matériels.

Regard des femmes sur la télévision

Les femmes canadiennes disent qu'il y a aussi d'autres choses dans les émissions télévisées dont elles n'ont pas besoin. Dans une récente étude intitulée *Please Adjust Our Sets — Canadian Women Watching Television*, les bénévoles d'Évaluation-Médias ont sondé des femmes partout au pays sur une gamme de questions concernant leurs habitudes d'écoute, leurs préférences et leurs préoccupations.

Comme on pouvait s'y attendre compte tenu du récent débat sur la violence dans les médias, les femmes ont exprimé leurs préoccupations au sujet de la violence télévisuelle. Quatre femmes sur cinq estiment qu'elles contribuent à la violence dans la société. Plus de 35 p. 100 des femmes interrogées disent éviter de regarder des émissions à caractère violent. Elles se sont aussi dites très préoccupées par la violence dans les jeux vidéo et les vidéocassettes loués.

L'image des femmes véhiculée par les médias est devenue un autre sujet de préoccupation. Près de neuf femmes sur dix pensent que les femmes subissent



Robert Cottingham

l'influence des médias — la plupart estime que les images que projettent les médias seraient en partie responsables des troubles alimentaires chez les femmes. Les trois-quarts des femmes interrogées sont d'avis que la télévision offre très peu de modèles positifs à émuler aux jeunes femmes. En outre, près de la moitié des répondantes n'ont pas pu citer une seule femme servant de modèle à émuler à la télévision.

La majorité des femmes (73 p. 100) ont indiqué qu'elles se sentaient soit occasionnellement, soit souvent insultées par les images sexistes projetées sur les femmes, même si peu d'entre elles écrivent (8 p. 100), téléphonent (13 p. 100) aux «faiseurs d'images» ou aux diffuseurs pour se plaindre. Cependant, trois femmes sur quatre affirment discuter de leurs objections avec des amies et plus de la moitié disent qu'elles évitent délibérément d'acheter des produits annoncés d'une façon qu'elles jugent insultante.

Prenons-nous en main

Nous connaissons tout le pouvoir des médias et, dans une certaine mesure, nous nous sentons impuissants à transformer cet outil potentiellement merveilleux en une force positive dans notre vie. Ce n'est plus tout à fait réaliste de penser que nous pouvons vivre sans les médias électroniques. La télévision est dans notre maison — pas seulement dans notre salon, mais aussi dans notre cuisine et de plus en plus dans la chambre à coucher de nos enfants. Nous pouvons imposer des limites. Nous pouvons essayer de surveiller ce que nos enfants regardent et, si nous en avons le temps, nous asseoir et regarder des émissions avec eux pour leur dire ce que nous en pensons. ou surveiller ce que nos enfants regardent et, si nous en avons le temps, nous asseoir et regarder des émissions avec eux pour leur dire ce que nous en pensons.

Au moment de commencer l'école, les enfants ont déjà été exposés à des milliers d'heures d'émissions. À la fin du secondaire, ils auront probablement passé plus de temps devant le téléviseur qu'en classe. En outre, les enfants d'aujourd'hui peuvent louer pratiquement tous les films dans les clubs vidéo. Ce matériel comprend les

La majorité des femmes se disent occasionnellement ou souvent insultées par les images sexistes projetées sur les femmes à la télé.

«On doit rappeler aux enfants que les familles de leur voisinage et leurs amis et parents mènent une vie ordinaire dans des maisons ordinaires où le plancher de la cuisine se salit, où les mamans travaillent à l'extérieur du foyer, où les chambres sont souvent en désordre et où les repas ne sont pas toujours parfaits, ni toujours préparés à temps.» [Exécution]

Carmen Luke, Television and Your Child: A Guide for Concerned Parents, (Toronto, 1988, Kagan and Woo Publishing)

films dits de «destruction gratuite.»

Un grand nombre d'enfants regardent à la maison des films comme *Le silence des agneaux*, *Les griffes de la nuit* ou *Les nerfs à vif* qui leur sont interdits dans des salles de cinéma. Ces films, qui sont utilisés presque comme un rite de passage, glorifient la violence — une violence plus souvent qu'autrement de nature sexuelle.

Les nombreux jeux vidéo commercialisés auprès des enfants sont probablement plus dommageables et aussi plus lucratifs que toutes les vidéocassettes et tous les films produits de par le monde. Ils sont généralement joués par de jeunes garçons et certains de ces jeux sont parmi les plus violents et les plus sexistes en circulation aujourd'hui. Beaucoup d'entre eux comportent des technologies sophistiquées, utilisent de vrais acteurs plutôt que des images et les joueurs peuvent faire en sorte que leurs «monstres» (des hommes) pourchassent et menacent des jeunes femmes légèrement vêtues et terrorisées. Même le meilleur d'un mauvais lot de jeux vidéo encourage le jeu solitaire et a des conséquences néfastes sur la santé des joueurs fréquents. Les parents doivent surveiller de près la location ou l'achat de ce genre de produits et aider leurs enfants à comprendre pourquoi ils s'y opposent.

L'initiation aux médias, c'est-à-dire l'apprentissage du décodage des médias, est obligatoire dans certaines provinces, mais en général seulement au secondaire. De plus, la plupart du matériel des programmes d'études ne comprend pas d'analyse des rôles masculins et féminins. Il n'existe pas non plus de formation pour les enseignants à aucun niveau. Nous avons besoin de

Initiation aux médias

Les classes d'initiation aux médias donnent aux élèves l'occasion d'apprendre à décoder, à coder et à évaluer le système de symboles qui domine leur monde. Selon le document du ministère de l'Éducation de l'Ontario intitulé *La compétence médiatique — document d'appui, cycle intermédiaire et supérieur*, l'initiation aux médias consiste à aider les élèves à développer une compréhension informée et critique de la nature des mass médias, des techniques qu'ils utilisent et de l'impact de ces techniques. Plus particulièrement, il s'agit d'une éducation qui vise à approfondir la compréhension des élèves, à les aider à apprécier le mode de fonctionnement des médias, à apprendre comment les médias créent des significations, comment ils sont organisés et comment ils construisent la réalité. L'initiation aux médias vise aussi à fournir aux élèves la capacité de créer des produits médiatiques.

Len Masterman, éducateur britannique, écrit que «la tâche vraiment importante et difficile de l'enseignant en éducation sur les médias est d'inculquer aux élèves suffisamment de confiance en eux et de maturité critique pour leur permettre de poser des jugements critiques sur les textes médiatiques qu'ils liront plus tard... Le principal objectif ne se limite pas à une sensibilisation ou à une compréhension critique. Il s'agit d'une autonomie critique.»

— John J. Pungente, SJ, Director of the Jesuit Communication Project, (416) 488-7280, et membre exécutif de la Association for Media Literacy située en Ontario.

En plus des films dits de «destruction gratuite», il y a les jeux vidéo de même acabit. Par exemple le jeu *Night Trap* ressemble à un film de «destruction gratuite» à petit budget (*Globe and Mail*, 13 janvier 1993, C-3). Ce jeu vidéo a été un des jeux électroniques les plus vendus du temps des Fêtes et il met en vedette une aventure «filmique» sur CD dans laquelle le joueur doit protéger une maison remplie de jeunes femmes en tenue légère d'une bande de zombies armés de gros crochets. [Traduction]

Coalition for the Safety of Our Daughters

parler à nos éducateurs et à nos administrateurs au sujet de l'importance de commencer l'initiation aux médias dès le niveau primaire.

Il est néanmoins vrai que quelle que soit la puissance des médias, la plupart des jeunes enfants sont de loin plus influencés par les opinions et les valeurs de leurs parents, de prestataires de garde qu'ils respectent et de leurs professeurs. En plus de laisser nos enfants connaître nos valeurs et opinions, nous avons besoin de les écouter. Laissons-les nous dire, sans censure ni ridicule, ce qu'ils aiment et ce qu'ils en ressentent.

En plus de travailler dans nos propres familles, nous pouvons travailler dans nos communautés respectives — nos garderies, nos écoles, nos halte-garderies ou nos clubs philanthropiques — pour éduquer et sensibiliser les gens concernant les médias. Même si nos journées sont très occupées, nous pouvons prendre le temps d'écrire une lettre ou de téléphoner pour dénoncer les images avilissantes ou les émissions à caractère violent. Nous pouvons encourager nos enfants plus âgés à faire de même — question de leur montrer que leurs idées comptent aussi. Nous pouvons travailler ensemble. Comme nous le disons à Évaluation-Médias — «Une action individuelle est une lettre, mais une action collective est une campagne». ■

Meg Hogarth est directrice générale d'Évaluation-Médias, une organisation nationale sans but lucratif qui surveille l'image que l'on projette des femmes et des jeunes filles dans les médias depuis 1981.

Les ressources d'Évaluation-Médias comprennent : des vidéocassettes sur l'initiation aux médias; des guides pour la rédaction de lettres; une série de feuillets d'information, de trousseaux d'activités pour les parents et pour les enseignants de jeunes enfants de 4 à 10 ans; de nombreuses autres publications sur les femmes et les médias. Tous ce matériel est rédigé en français et en anglais. Évaluation-Médias offre aussi des ateliers. Pour recevoir la liste complète des ressources d'Évaluation-Médias, communiquez avec : Évaluation-Médias, 517, rue Wellington ouest, bureau 204, Toronto (Ontario) M5V 1G1, (416) 408-2065, téléc.: (416) 408-2069.

Multi-média interactif : les divertissements éducatifs sont la voie de l'avenir

Cyberespace, correspondance des applications interactives, planqué, «nettiquette», hypermédia, réalité virtuelle... tels sont les nouveaux termes de l'autoroute électronique.

La nouvelle technologie ne s'en vient pas — elle est déjà là. Au Canada, des milliers de personnes sont branchées à la télévision interactive comme la programmation de Videoway Communications au Québec où les téléspectateurs participent activement aux jeux-questionnaires et leur pointage est enregistré avec les encouragements de l'animateur de l'émission. Ils peuvent aussi choisir de modifier la fin d'un programme favori.

À l'école et à la maison, les enfants interagissent par le biais de programmes sophistiqués qui leur permettent d'orienter leur apprentissage selon leurs intérêts. Certains programmes d'apprentissage sur CD-ROM peuvent fournir 30 à 40 heures d'activités d'apprentissage autogéré.

Les stations de télévision mettent en place des réseaux interactifs, tiennent des réunions municipales électroniques et organisent même des activités en réalité virtuelle. Dans l'une de ces activités produite par l'Office national du film, les enfants de divers pays marchent dans les villes des uns des autres et s'adonnent à des activités sportives avec l'aide de technologies modernes de communications.

Les ordinateurs aussi peuvent être une affaire de

famille grâce aux réseaux de l'autoroute électronique comme Internet :

Tous les membres de ma famille sont maintenant sur Internet. Ma mère travaille à Regina. Mon père est à Yellowknife et ma soeur à Kingston. Nous sommes tous connectés maintenant. C'est une excellente façon de garder le contact.

— Lindsey, fonctionnaire à Toronto.

Il y a des arrêts pour les enfants sur l'autoroute électronique («conférences ou sites»), qui pourraient devenir un point d'attraction pour le «temps de qualité» des familles. Par exemple, l'émission de télévision pour enfants intitulée *Theodore Tugboat*, a un «site» dans Internet. Étant donné que cette «conférence» est destinée aux tout jeunes enfants qui manquent de compétence «littératie» pour circuler seuls sur l'autoroute, les adultes ou les enfants plus âgés doivent les y aider.

Ce pourrait être l'âge d'or des médias interactifs souligne Gary Schwartz, réalisateur indépendant et ancien cinéaste. Aujourd'hui, il produit *My City*, un CD-ROM interactif d'animation qui permet aux enfants d'explorer leur monde et leur aptitude à agir sur lui. Il pense que le temps est propice pour les réalisateurs indépendants de participer au développement des nouvelles technologies.

Cependant, certains éléments de l'industrie des multimédias interactifs ne constituent «l'âge d'or» pour

D'aucuns craignent que ce qui est mauvais dans les vidéos est bien pire lorsqu'il devient interactif.

Démontrez votre appui à la famille

Adhérez à l'Institut Vanier de la famille et recevez *Transition* quatre fois par an.

Je souhaite aider l'Institut Vanier à travailler en faveur des familles canadiennes. Veuillez trouver ci-inclus ma cotisation de :

☐ 30 \$ ☐ 50 \$ ☐ 100 \$ ☐ 250 \$ ☐ 500 \$ ☐ _____ \$ autre montant

_____ Oui, je souhaite adhérer à l'Institut Vanier de la famille en qualité :

_____ de membre individuel (30 \$) _____ d'organisation membre (65 \$) _____ de membre associé (20 \$)

_____ J'aimerais adhérer à l'Institut, mais le versement de la cotisation représente dans mon cas une difficulté financière.

Nom : _____

Adresse : _____

Ville : _____ Province : _____

Code postal : _____ Signature : _____

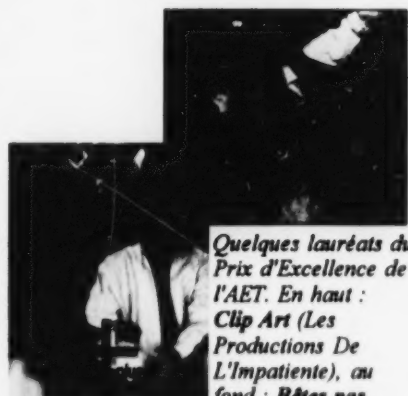
Veillez expédier votre contribution par la poste à l'Institut Vanier de la famille, 120, av. Holland, bureau 300, Ottawa (Ontario) K1Y 0X6.

AET : encourage une programmation de qualité depuis 20 ans

L'Alliance pour l'enfant et la télévision (AET) a été fondée en 1974 sous le nom de L'Institut de radiotélévision pour enfants par un groupe de parents, de radiodiffuseurs, d'éducateurs, de réalisateurs et d'annonceurs. L'AET continue d'œuvrer pour sensibiliser davantage le public sur l'influence de la télévision et promouvoir la production d'un plus grand nombre d'émissions télévisuelles de meilleure qualité pour les enfants.

L'AET décerne tous les ans des Prix d'excellence en programmation pour enfants. De même, elle lance des projets de recherche en plus d'élaborer des outils et de fournir des informations pour les parents. Une récente publication, *Minding the Set*, produite par l'Alliance en partenariat avec Rogers Cablesystems énonce sa politique sur les familles travailleuses :

1. Les parents sont les vrais experts en ce qui concerne leurs propres enfants.
2. Tous les enfants sont différents et toutes les familles sont différentes.
3. Chaque famille utilise la télévision à sa manière.
4. La télévision n'est pas une mauvaise chose en soi. Elle a ses avantages et ses inconvénients.



Quelques lauréats du Prix d'Excellence de l'AET. En haut : Clip Art (Les Productions De L'Impatiente), au fond : Bêtes pas, bêtes plus (Société Radio-Canada).

5. La télévision influe sur les enfants. Plus ils la regardent, plus cette influence s'accroît.

6. Le fait de parler de la télévision et d'y réfléchir contribue à diminuer son influence sur les enfants.

7. La plupart des familles n'ont pas besoin de s'inquiéter de la télévision, mais doivent en parler et y réfléchir davantage.

8. Il n'y a rien de mal à regarder et à apprécier la télévision.

L'AET élabore actuellement une trousse à l'intention des parents et des groupes de prestataires de soins qui portera le nom de *Primetime Parent*. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec l'AET, 344, rue Dupont, bureau 205, Toronto (Ontario) M5R 1V9. Tél. : (416) 515-0466, téléc. : (416) 515-0467.

Multi-média interactif, suite de la page 16

personne. L'industrie des jeux vidéo est devenue une grosse affaire et d'aucuns craignent que ce qui est mauvais dans les vidéos est bien pire lorsqu'il devient interactif.

L'interactivité signifie que les téléspectateurs ne sont plus passifs, ce peut être une bonne chose. Un des problèmes évoqués le plus souvent concernant la télévision et les vidéocassettes tient de ce que les enfants passent trop de temps à absorber passivement des informations plutôt que d'avoir une réelle interaction avec leur milieu et d'autres personnes. Le fait d'interagir de façon créatrice avec du matériel stimulant tout en exerçant un choix constitue un des aspects positifs des nouveaux médias. Toutefois, certains des nouveaux jeux vidéo et des choix interactifs inquiètent les parents, les éducateurs et les professionnels de la santé. Les jeux vidéo invitent le joueur à prendre une part active dans des activités violentes. Cette situation pourrait accentuer l'aspect désensibilisation de leur expérience de téléspectateur.

À l'instar de toutes les autres formes de médias, les nouvelles technologies interactives ne sont probablement ni toutes bonnes ni toutes mauvaises. Mais, le rythme effréné des changements et la vaste gamme de nouveaux produits accablent les parents, les enfants et les autres consommateurs. Et jusqu'à maintenant, les contrôles et les classifications types sont inexistantes.

BON DE COMMANDE

Ressources de l'Institut Vanier de la famille

Quantité		Prix unitaire*	Total
	<i>Profil des familles canadiennes</i>	20 \$	
	<i>Les politiques gouvernementales face aux familles canadiennes en transition, Maureen Baker, rédactrice invitée</i>	20 \$	
	<i>Répertoire des politiques et programmes d'aide à la famille dans les juridictions fédérale, provinciales et territoriales, par Terrance Hunsley</i>	20 \$	
	<i>Programmes de prévention de l'enfance maltraitée et négligée par John Meston</i>	12 \$	

----- Chèque ci-inclus ----- Prière de facturer

Montant total :

Nom

Adresse

Ville

Province

Code postal

*Les prix comprennent les frais de poste et sont exonérés de TPS. Prière d'émettre votre chèque à l'ordre de l'Institut Vanier de la famille, 120, av. Holland, bureau 300, Ottawa (Ontario) K1Y 0X6. (613) 722-4007 Téléc. : (613) 729-5249.